



**NASKAH AKADEMIK
HASIL PENELITIAN**

**KELUARGA DAN EKONOMI KREATIF
DI KAWASAN WISATA RELIGI SUNAN GUNUNG DJATI CIREBON**

Oleh :

Ketua Tim : Afif Muamar, MHI (NIDN. 2119128501)
Anggota : M. Mabruki Faozi, MA (NIDN. 2005027803)

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
IAIN SYEKH NURJATI CIREBON
TAHUN 2018**

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
NOTA DINAS.....	iii
IDENTITAS PENELITIAN DAN PENGESAHAN	iv
SURAT KETERANGAN HASIL PENGECEKAN PLAGIASI	v
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Penelitian Terdahulu	6
F. Metodologi Penelitian	8
G. Sistematika Penulisan	14
 BAB II KAJIAN TEORI	 16
A. Keluarga	16
1. Definisi Keluarga	16
2. Upaya Mewujudkan Keluarga Harmonis dan Mesra	17

B. Ekonomi Kreatif	19
1. Definisi Ekonomi Kreatif	19
2. Jenis dan Sektor Ekonomi Kreatif	20
C. Wisata Religi	22
1. Definisi Wisata	22
2. Definisi Wisata Religi	24

BAB III KONDISI OBJEKTIF DAN PRAKTIK EKONOMI

KREATIF	27
A. Deskripsi Wilayah Penelitian	27
1. Kondisi Geografis	27
2. Kondisi Demografi	27
3. Pekerjaan Masyarakat	29
4. Tingkat Pendidikan	30
5. Sarana Transportasi	31
6. Sarana Pendidikan	32
B. Ekonomi Kreatif di Kawasan Wisata Religi Sunan Gunung Djati Cirebon	32
C. Perkembangan Wisata Religi Sunan Gunung Djati Cirebon	34
1. Jumlah Pengunjung	34
2. Musim Banyak Pengunjung	36
3. Dinamika di Kawasan Wisata Religi	37
D. Peluang Usaha Ekonomi Kreatif bagi Masyarakat	37
1. Membuka Usaha Kecil Makanan Khas	38

2. Membuka Usaha Warung Makan	41
3. Membuka Jasa Toilet Umum	42
4. Berjualan Pakaian dan Souvenir	44
5. Pemanfaatan Lahan Parkir	47
BAB IV PEMBAHASAN DAN DISKUSI KELUARGA DAN	
EKONOMI KREATIF	50
A. Peningkatan Kesejahteraan Keluarga Ekonomi Kreatif	50
B. Strategi Usaha Ekonomi Kreatif	51
1. Mengutamakan Barang atau Layanan Jasa sebagai Produk	
Andalan	52
2. Harga Produk yang Ditawarkan Relatif Murah	54
3. Pemilihan Lokasi Penjualan yang Strategis	57
4. Peningkatan Volume Penjualan melalui Promosi	59
5. Sumber Daya Manusia (SDM) yang Memadai	60
6. Menjaga Kualitas Produk melalui Proses yang Baik	62
C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Ekonomi	
Kreatif	63
1. Faktor Internal	63
2. Faktor Eksternal	70
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	76

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Peranan pariwisata dalam membangun negara secara makro dapat dirumuskan dalam tiga segi, yaitu *pertama*, segi ekonomis meliputi sumber devisa dan pajak. *Kedua*, segi sosial tentang penciptaan lapangan kerja. Dan *ketiga*, segi kebudayaan yang merupakan pengenalan budaya kepada para wisatawan).

Dari segi ekonomis, penghasilan pariwisata diharapkan mampu memperoleh angka pengganda (*multiplier effect*) tinggi yang melampaui angka pengganda pada berbagai kegiatan ekonomi lainnya. Oleh karena itu, sektor pariwisata terhadap perekonomian Indonesia dinilai sangat penting, sehingga menurut Soebagyo pertumbuhan pariwisata Indonesia selalu di atas pertumbuhan ekonomi pada umumnya.¹

Pada segi sosial, pariwisata merupakan salah satu sektor andalan di Indonesia. Sektor ini mampu memberikan kontribusi bagi ekonomi lokal di berbagai daerah, seperti usaha akomodasi, biro perjalanan, transportasi dan usaha-usaha terkait lainnya yang dapat memberikan kontribusi dalam memompa perekonomian lokal. Dengan demikian, salah satu tujuan pembangunan di bidang kepariwisataan yaitu untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan.

Kemudian dari segi kebudayaan, pariwisata mempunyai manfaat dan pengaruh yang cukup banyak, yaitu menghasilkan devisa negara, memperluas lapangan kerja, serta bertujuan untuk menjaga kelestarian alam dan mengembangkan budaya lokal. Hal ini adalah suatu keniscayaan agar anak cucu bangsa Indonesia dikemudian hari masih bisa menikmati keelokan pesona budaya.

¹ Soebagyo, "Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia", dalam *Jurnal Liquidit*, Vol. 18, No. 2 (November, 2012): 153.

Berawal dari peranan pariwisata yang cukup signifikan sebagaimana disebutkan di atas, maka negara melalui Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menyatakan bahwa fungsi kepariwisataan adalah memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan, serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.²

Mengacu pada pasal di atas, salah satu fungsi kepariwisataan adalah pemenuhan kebutuhan rohani, yang mana dalam hal ini dapat diimplementasikan melalui wisata religi. Sebagai salah satu jenis produk wisata, wisata religi memiliki kelebihan tersendiri karena berkaitan erat dengan nilai religi atau keagamaan. Oleh karena itu, wisata religi diartikan sebagai kegiatan ke tempat yang memiliki nilai khusus, seperti tempat ibadah, makam ulama atau situs-situs kuno yang memiliki kelebihan dan nilai sejarah bagi masyarakat di Indonesia.

Wisata religi di Indonesia memiliki potensi yang strategis sehingga dalam perjalanannya wisata ini terus berkembang. Perkembangan wisata religi di Indonesia dipengaruhi oleh besarnya jumlah penduduk yang hampir semuanya adalah umat beragama. Salah satu kawasan wisata religi yang memiliki potensi dan menjadi tujuan wisatawan untuk dikunjungi di Jawa Barat adalah kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon.

Kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon merupakan salah satu kawasan wisata yang memiliki potensi, diantaranya lokasi yang cukup luas untuk berziarah. Ziarah adalah salah satu tradisi umat Islam yang senantiasa mengalami perkembangan. Berbagai maksud dan tujuan maupun motivasi selalu menyertai aktivitas peziarah.³ Disamping itu, wisata religi ini memiliki berbagai fasilitas maupun sarana dan prasarana yang menunjang sebagai kawasan wisata.

Banyaknya wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon akan membuka kesempatan berusaha bagi masyarakat

² Pasal 3 UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.

³ Christriyati Ariani, *Motivasi Peziarah* (Yogyakarta: Putra Widya, 2002), 35.

sekitar untuk melakukan kegiatan ekonomi kreatif. Peluang inilah yang dimanfaatkan oleh masyarakat dengan menawarkan berbagai jasa atau barang-barang yang dibutuhkan untuk menarik minat wisatawan yang berkunjung, seperti berjualan barang-barang yang mempunyai ciri khas, tempat penginapan, warung makan, dan tempat penitipan kendaraan.

Berdasarkan kondisi dan peluang tersebut, masyarakat setempat perlu mengoptimalkan sumberdaya manusia untuk dapat ikut serta dalam kegiatan pariwisata religi diwilayahnya guna meningkatkan pendapatan mereka, karena kegiatan pariwisata tidak lepas dari interaksi masyarakat sekitar. Oleh karena itu, kegiatan wisata religi seharusnya diiringi dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar yang memanfaatkan peluang usaha.

Namun demikian, sampai saat ini belum banyak dilakukan evaluasi terhadap kegiatan wisata religi Sunan gunung Djati Cirebon. Ditambah lagi, klausul yang menyatakan belum sepenuhnya masyarakat sekitar berperan dalam kegiatan usaha di kawasan wisata religi tersebut. Padahal kriteria tempat wisata yang baik adalah kawasan wisata yang membawa keuntungan tidak hanya bagi wisatawan, namun juga membawa keuntungan bagi masyarakat lokal. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengetahui bagaimana peranan keluarga pelaku ekonomi kreatif dari sisi tingkat pendapatan.

Fenomena inilah yang menarik untuk diteliti, karena di wilayah Cirebon terdapat makam tokoh besar Islam yang saat ini sering dikunjungi wisatawan baik dari dalam ataupun luar negeri. Selain itu, di sana pula terjadi kegiatan ekonomi kreatif yang menghasilkan pendapatan bagi pelaku ekonomi kreatif di sekitar makam tersebut.

B. Perumusan Masalah

Perumusan Masalah dalam penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi masalah dan merumuskan suatu pertanyaan penelitian yang kemudian akan dicari jawaban dari pengumpulan data.

1. Identifikasi Masalah

a. Wilayah Kajian

Wilayah kajian proposal ini masuk dalam wilayah kajian peranan keluarga pengembangan ekonomi kreatif.

b. Jenis Masalah

Adapun jenis masalah dalam proposal ini, yaitu bagaimana Peranan Keluarga dan Ekonomi Kreatif yang berdampak pada tingkat pendapatan.

c. Pembatasan Masalah

Agar pembahasan lebih terarah, maka peneliti membatasi masalah terhadap suatu kegiatan yang berkaitan dengan peranan keluarga, ekonomi kreatif, dan peraturan yang mengatur sirkulasi perkonomian.

2. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana tingkat kesejahteraan keluarga pelaku ekonomi kreatif yang memanfaatkan peluang usaha dan jasa di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon?
- b. Bagaimana bentuk strategi usaha yang berdampak terhadap pendapatan masyarakat pelaku ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon?
- c. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat pendapatan pelaku ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peranan keluarga dalam menjalankan proses usaha ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon dengan rincian sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis tingkat kesejahteraan keluarga pelaku ekonomi kreatif yang memanfaatkan peluang usaha dan jasa di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon?

2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis bentuk strategi usaha yang berdampak terhadap pendapatan masyarakat pelaku ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon?
3. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan pelaku ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon?

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian tentang keluarga dan ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon ini, yaitu:

1. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pedoman evaluasi dari kegiatan ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon yang telah berjalan untuk lebih mengembangkan metode dan strategi usaha.
 - b. Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber inspirasi ke depan dalam meningkatkan kegiatan ekonomi kreatif, khususnya di kawasan wisata religi yang saat ini sedang tumbuh kembang di wilayah Cirebon.
 - c. Penelitian ini juga dapat menjadi masukan dan sumber informasi bagi pemerintah dalam penentuan kebijakan di sektor pariwisata.
2. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan sumbangan terhadap pengembangan ilmu yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon, dalam hal standar operasional manajemen ekonomi kreatif.
 - b. Membuka peluang lebih lanjut bagi peneliti lain yang hendak menganalisis peranan keluarga dan kegiatan ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon atau di kawasan wisata religi lainnya.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang keluarga dan ekonomi kreatif bukanlah suatu yang baru. Meskipun demikian, nampaknya belum ditemukan penelitian yang secara spesifik mengkaji lebih jauh tentang peranan keluarga, ekonomi kreatif, dan peraturan yang mengatur perilaku ekonomi di suatu kawasan wisata religi sekaligus. Berikut beberapa karya yang terdokumentasikan terkait permasalahan yang dikaji, yaitu *pertama*, penelitian Aisyah Nurul Fitriana, Irwan Noor, dan Ainul Hayat yang berjudul “Pengembangan Industri Kreatif Di Kota Batu (Studi tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu)”.⁴ Dalam penelitian ini dinyatakan bahwa perkembangan industri kreatif sangat membutuhkan sumber daya manusia yang inovatif dan kreativitas yang tinggi. Hasil penelitian ini menginformasikan bahwa industri kreatif sektor kerajinan yang dikembangkan oleh masyarakat kota Batu perlahan-lahan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kemampuan masyarakat kota Batu yang menjadi pelaku industri dalam berkreaitivitas pada akhirnya mampu menghasilkan produk yang lebih baik sehingga memiliki nilai jual yang tinggi. Hal ini tidak lepas dari Dinas Koperindag kota Batu yang berusaha meningkatkan kreativitas para pelaku usaha pada industri melalui kegiatan pelatihan, pembekalan, dan pengawasan. Dengan demikian, aspek pendukung terjadinya peningkatan industri kreatif di kota Batu adalah peran pemerintah kota Batu, kualitas sumber daya manusia, dan potensi Kota Batu. Adapun hambatan yang dirasakan oleh pelaku usaha di kota Batu dalam mengembangkan industri, yaitu adanya keterbatasan bahan baku yang berkualitas, permodalan dan aspek pemasaran.

Kedua, penelitian Puspa Rini dan Siti Czafarani yang berjudul “Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Oleh Pemuda

⁴ Aisyah Nurul Fitriana, et.al., “Pengembangan Industri Kreatif di Kota Batu (Studi tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu)”, *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 2, No. 2 (2014): 281-286.

Dalam Rangka Menjawab Tantangan Ekonomi Global”.⁵ Topik yang diangkat dalam penelitian tersebut tentang perekonomian dan pasar bebas yang menjadi tantangan terberat di era globalisasi. Penelitian ini juga menyoroti bahwa pertumbuhan ekonomi yang diinginkan dalam globalisasi tidak sesuai dengan proporsi laju pertumbuhan penduduk yang dapat mengakibatkan meningkatnya angka pengangguran. Adapun hasil dalam penelitian ini, yaitu globalisasi sudah menjadi sebuah ketentuan di dunia yang harus dihadapi. Permasalahan yang mengitari laju perkembangan globalisasi menjadi tantangan tersendiri bagi Negara berkembang seperti Indonesia. Negara berkembang perlu mematangkan persiapan dalam menghadapi kompetisi di bidang perekonomian sehingga tidak tergerus oleh dominasi negara-negara maju di dunia. Kesiapan sumber daya manusia menjadi modal penting dalam menghadapi arus globalisasi. Hal inilah peran pemuda sebagai *agent of change* harus betul-betul dimaksimalkan. Untuk itu permasalahan-permasalahan yang membelit pemuda perlu diatasi terlebih dahulu agar pemuda Indonesia khususnya bisa berkompetisi di pasar global. Oleh karena itu, perlu adanya pelestarian budaya lokal dan memperkenalkan budaya lokal ke pasar bebas. Khusus untuk mengatasi permasalahan ekonomi, pengembangan ekonomi kreatif sangat diperlukan yakni perekonomian kreatif yang menjual keanekaragaman budaya Indonesia. Melalui hal tersebut, para pemuda diharapkan mampu menghadapi tantangan globalisasi dengan tidak menghilangkan identitas sebagai pemuda Indonesia.

Dan *ketiga*, penelitian yang dilakukan Firmansyah yang berjudul “Etos Kerja Sektor Informal Pedagang Kaki Lima”. Dalam penelitian ini, disimpulkan bahwa pedagang kaki lima memiliki nilai positif yang mana terwujud dalam semangat kerja keras, memiliki kebiasaan berhemat, dan mempunyai ikatan emosional yang sama dengan sejawat mereka, sehingga

⁵ Puspa Rini dan Siti Czafrani, “Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal oleh Pemuda dalam Rangka Menjawab Tantangan Ekonomi Global”, *Jurnal UI untuk Bangsa Seri Sosial dan Humaniora*, Vol. 1 (Desember, 2010): 13-24.

mampu memberikan rasa kesejahteraan yang lebih dibandingkan dengan tidak ada etos kerja.⁶

Dari ketiga topik penelitian yang telah dipaparkan di atas, ternyata belum ada tinjauan secara khusus dan komprehensif tentang peranan keluarga, ekonomi kreatif, dan tinjauan atas peraturan sekaligus di wiata religi Makam Sunan gunung Djati Cirebon. Penelitian ini dirancang sebagai penelitian deskriptif dengan metode survei untuk menggali suatu fenomena yang ada atau untuk menggambarkan kondisi yang ada. Di sinilah letak perbedaan penelitian ini dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

F. Metodologi Penelitian

Agar lebih terarah dalam pembahasan masalah yang akan diteliti, maka peneliti menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat

Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive sampling* karena alasan-alasan tertentu yang diketahui dari sifat-sifat *sample* tersebut. Tempat yang akan dilakukan observasi berada di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati di kompleks Pemakamaan Gunung Sembung Desa Astana Kecamatan Gunung Jati Kabupaten Cirebon. Tempat ini dipilih sebagai lokasi penelitian dengan pertimbangan bahwa tempat ini merupakan kawasan wisata yang paling ramai dikunjungi oleh wisatawan, dibandingkan dengan kawasan wisata lain di kabupaten Cirebon. Hal ini karena, di kawasan wisata religi tersebut terdapat makam tokoh utama, yaitu Syarif Hidayatullah atau Sunan Gunung Djati dan makam-makam Sultan Cirebon lainnya, serta akses lokasi yang mudah dijangkau oleh wisatawan dengan menggunakan fasilitas transportasi darat.

⁶ Firmansyah, “Etos Kerja Sektor Informal Pedagang Kaki Lima”, *Penelitian Individual* (Surabaya: Unbraw, 1994), 12.

b. Waktu

Waktu yang digunakan untuk melakukan observasi yaitu dimulai dari bulan September 2018.

2. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini yang digunakan peneliti yaitu pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Jenis penelitian ini pada dasarnya yaitu penelitian yang tidak menggunakan data yang terdiri angka-angka sebagai ukuran, tetapi lebih bersifat kategori substansif yang kemudian diinterpretasikan dengan rujukan, acuan atau referensi secara ilmiah.⁷

3. Sumber Data

Peneliti memperoleh sumber data, melalui:

- a. Data primer. Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari data-data lapangan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Sampel atau responden dalam penelitian ini adalah unit usaha ekonomi kreatif yang aktif dan *kontinue* melakukan kegiatan pemanfaatan jasa di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon. Teknik pengambilan sampel responden dilakukan secara *stratified random sampling*, karena unit usaha yang melakukan kegiatan di lokasi wisata religi Makam Sunan Gunung Djati relatif tidak homogen. Sampel atau unit usaha dibedakan atas; 1) rumah makan, 2) penjual asongan, 3) penjual cinderamata, 4) penjual keperluan ziarah, 5) warung klontong yang menjajakan makanan dan minuman ringan, 6) jasa parkir, dan 4) jasa penginapan (*home stay*).
- b. Data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari beberapa literatur berupa buku, jurnal dan pemberitaan media yang terkait dalam penelitian.

⁷ Pawito, "Analisis Semiologi: Sebuah Pengantar", dalam *Dinamika*, Vol. 7, No. 2 (April, 1997): 22.

4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono⁸ bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah memperoleh data. Ada beberapa teknik pengumpulan data yang dipilih dalam penelitian, yaitu:

a. Wawancara

Metode wawancara dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) mengajukan pertanyaan dan pihak lain yang diwawancarai (*interview*) memberikan jawaban. Adapun bentuk wawancara yang digunakan yaitu wawancara yang bebas terpimpin, sehingga informan diberikan kesempatan untuk mengungkapkan jawaban dan pendapatnya.

b. Observasi

Metode Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan.⁹ Jenis observasi yang dilakukan adalah jenis observasi partisipan, yaitu peneliti tidak terlibat langsung di dalam setiap kegiatan yang berlangsung sekalipun peneliti datang dan mengikutinya. Wilayah yang akan dijadikan tempat observasi adalah kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon.

c. Dokumentasi

Metode dokumenasi adalah penyelidikan yang ditujukan pada penguraian dan penjelasan apa yang telah lalu melalui sumber-sumber dokumen. Metode dokumentasi meliputi pengumpulan data dengan cara menelaah lebih lanjut catatan-catatan dan dokumen-dokumen yang ada di daerah penelitian. Dokumentasi yang akan peneliti kumpulkan adalah buku-buku tentang strategi pemasaran

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 224.

⁹ M. Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana, 2008), 115.

(bauran pemasaran), minat beli dan dokumen-dokumen yang peneliti peroleh dari lapangan.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah teknik analisis dengan cara mencatat hasil wawancara, catatan lapangan, kemudian memilah dan memilih, mengklasifikasinya serta berpikir membuat kategori data itu sehingga memperoleh suatu kesimpulan.¹⁰ Hasil data yang didapat dari lapangan melalui penelitian yang dilakukan haruslah dengan hasil analisis yang valid untuk mengambil keputusan dari data-data yang diperoleh. Metode data yang digunakan adalah analisis deskriptif analitik kualitatif, yaitu dengan cara berpikir deduktif yaitu sebuah analisis yang berangkat dari pengetahuan yang bersifat umum dan tertitik tolak dari pengetahuan umum untuk menilai suatu kejadian yang lebih khusus di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman, antara lain:

a. Reduksi

Reduksi data adalah proses yang dilakukan selama penelitian berlangsung dengan cara pemilihan dan pemusatan perhatian dari data di lapangan.

b. Penyajian data

Penyajian data yaitu menyusun informasi secara teratur sehingga memungkinkan ditarik suatu kesimpulan untuk diambil tindakan berikutnya.

c. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan yaitu membuat proposisi yang terkait dengan prinsip logika, mengangkatnya sebagai temuan penelitian,

¹⁰ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), 248.

kemudian dilanjutkan dengan mengkaji secara berulang-ulang terhadap data.¹¹

Lebih lanjut, data tersebut akan dianalisa pula dengan menggunakan analisis SWOT yang biasanya digunakan untuk mengevaluasi kesempatan dan tantangan di lingkungan bisnis maupun pada lingkungan internal perusahaan.¹² Dengan demikian, analisis SWOT merupakan sebuah bentuk analisa situasi dan juga kondisi yang bersifat deskriptif (memberikan suatu gambaran). Analisis SWOT adalah instrumen perencanaan strategis klasik yang menggunakan kerangka kerja kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Oleh karena itu, instrumen tersebut dapat menolong pra perencana yang bisa dicapai, dan hal apa saja harus diperhatikan.

Analisis SWOT menempatkan situasi dan kondisi sebagai faktor masukan yang dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing. Dengan demikian analisis SWOT semata-mata sebagai suatu analisis yang berfungsi untuk mendeskripsikan situasi yang sedang dihadapi, dan bukan sebuah alat analisa yang mampu memberikan jalan keluar bagi permasalahan yang sedang berkembang.

Dalam menguraikan makna SWOT, dijumpai empat huruf yang tergabung menjadi satu, dan masing-masing huruf memiliki arti singkatan, yaitu:

- a. S = *Strength* (kekuatan)

Kondisi atau situasi merupakan kekuatan suatu organisasi atau perusahaan, sehingga analisis ini diperlukan oleh setiap organisasi atau perusahaan untuk menilai kekuatan dan kelemahannya, dan dibandingkan dengan para pesaingnya. Misalnya jika suatu perusahaan memiliki keunggulan di bidang

¹¹ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rhineka Cipta, 2008), 209.

¹² Mudrajat Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (Jakarta: Erlangga, 2005), 51.

teknologi, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk mengisi *segment* pasar yang membutuhkan teknologi yang canggih.

b. W = *Weaknesses* (kelemahan)

Kondisi atau situasi merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Analisis ini bermanfaat untuk mengetahui kelemahan di sebuah perusahaan ataupun organisasi yang pada akhirnya dapat memajukan suatu perusahaan atau organisasi.

c. O = *Opportunity* (peluang)

Kondisi atau situasi merupakan peluang di luar organisasi atau perusahaan. Analisis ini memberikan peluang untuk perkembangan suatu organisasi atau perusahaan di masa depan. Oleh karena itu, analisis ini berfungsi untuk mencari peluang ataupun terobosan agar perusahaan ataupun organisasi tersebut dapat berkembang di masa depan.

d. T = *Threats* (ancaman)

Analisis tantangan atau ancaman yang dihadapi oleh suatu perusahaan ataupun organisasi dapat mengungkapkan berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan sehingga menyebabkan kemunduran pada perusahaan atau organisasi tersebut. Hal ini perlu segera diatasi karena ancaman tersebut akan menjadi penghalang bagi suatu perusahaan atau organisasi usaha yang bersangkutan, baik di masa sekarang maupun yang akan datang.

Penggunaan analisis SWOT sebenarnya sudah lama muncul, dimulai dari bentuk yang sederhana untuk dipakai dalam menyusun strategi untuk mengalahkan musuh dalam berperan penting.¹³ Dalam perkembangan saat ini, analisis SWOT tidak hanya dipakai untuk menyusun strategi di medan pertempuran, melainkan banyak dipakai

¹³ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), 10.

dalam penyusunan perencanaan bisnis. Tujuannya untuk menyusun strategi-strategi dalam jangka panjang agar arah dan tujuan perusahaan dapat tercapai dengan jelas dan dapat segera diambil keputusan.

Analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisis yang paling dasar, yang hasilnya berupa rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari segi peluang, serta dapat mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman. Oleh karena itu, penerapan analisis SWOT bermanfaat dalam mengkaji tentang peran keluarga pelaku ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon untuk meminimalisasi kelemahan dalam usaha ekonomi kreatif, dan menekan ancaman sebagai dampak negatif yang timbul dikemudian hari.

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dalam laporan hasil penelitian yang terdiri dari beberapa bagian. Secara keseluruhan, laporan hasil penelitian ini akan terbagi menjadi lima bagian, yaitu *pertama*, bagian pendahuluan; *kedua*, yakni gambaran umum lokasi penelitian; *ketiga* yakni kajian teoritis tentang pendidikan karakter di Madarasah Ibtidaiyah; *keempat* yakni analisis hasil penelitian; dan *kelima*, yakni bagian penutup dan kesimpulan.

Berikut keterangan lebih lanjut susunan laporan hasil penelitian, yaitu *pertama*, Bab I berisi pendahuluan. Di dalamnya terdiri dari Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

Kedua, Bab II berisi Kajian Teori yang meliputi: 1) Keluarga: Definisi Keluarga dan Upaya Mewujudkan Keluarga Harmonis dan Mesra. 2) Ekonomi kreatif; Definisi Ekonomi Kreatif, serta Jenis dan Sektor Ekonomi Kreatif. 3) Wisata Religi; Definisi Wisata dan Definisi Wisata Religi.

Ketiga, Bab III berisi Kondisi Objektif dan Praktik Ekonomi Kreatif yang pembahasannya terdiri dari: 1) Deskripsi Wilayah Penelitian; Kondisi Geografis, Kondisi Demografi, Pekerjaan Masyarakat, Tingkat Pendidikan, Sarana Transportasi, dan Sarana Pendidikan. 2) Ekonomi Kreatif di Kawasan Wisata Religi Sunan Gunung Djati Cirebon; 3) Perkembangan Wisata Religi Sunan Gunung Djati Cirebon; Jumlah Pengunjung, Musim Banyak Pengunjung, dan Dinamika di Kawasan Wisata Religi Sunan Gunung Djati Cirebon. 4) Peluang Usaha Ekonomi Kreatif bagi Masyarakat; Membuka Usaha Kecil Makanan Khas, Membuka Usaha Warung Makan, Membuka Jasa Toilet Umum, Berjualan Pakaian dan Souvenir, dan Pemanfaatan Lahan Parkir.

Keempat, Bab IV berisi tentang Pembahasan dan Diskusi Keluarga dan Ekonomi Kreatif, yang pembahasannya meliputi: 1) Peningkatan Kesejahteraan Keluarga Ekonomi Kreatif. 2) Strategi Usaha Ekonomi Kreatif; Mengutamakan Barang atau Layanan Jasa sebagai Produk Andalan, Harga Produk yang Ditawarkan Relatif Murah, Pemilihan Lokasi Penjualan yang Strategis, Peningkatan Volume Penjualan melalui Promosi, Sumber Daya Manusia (SDM) yang Memadai, dan Menjaga Kualitas Produk melalui Proses yang Baik. 3) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Ekonomi Kreatif; Faktor Internal dan Faktor Eksternal.

Dan *kelima*, Bab V Penutup yang berisi Kesimpulan dan Saran. Pada bagian ini juga terdapat daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang terkait dengan penelitian.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Keluarga

1. Definisi Keluarga

Keluarga merupakan sekelompok orang yang memiliki hubungan kekerabatan karena perkawinan atau pertalian darah.¹⁴ Hal ini menunjukkan bahwa keluarga adalah sebuah institusi di masyarakat yang berfungsi untuk mewujudkan kehidupan yang tentram, aman, damai dan sejahtera dalam ikatan cinta dan kasih sayang diantara anggotanya. Suatu ikatan hidup yang didasarkan karena terjadinya perkawinan, juga bisa disebabkan karena persusuan atau muncul perilaku pengasuhan.¹⁵

Di dalam Islam, keluarga adalah basis utama yang menjadi pondasi bangunan komunitas dan masyarakat Islam. Dalam al-Qur'an terdapat penjelasan untuk menata keluarga, melindungi, dan membersihkannya dari perbuatan dosa. Karena pada prinsipnya, sistem keluarga dalam Islam terpancar dari fitrah dan karakter alamiah yang merupakan basis penciptaan pertama makhluk hidup, seperti dalam keterangan firman Allah SWT. Berikut ini:

وَمِنْ كُلِّ شَيْءٍ خَلَقْنَا زَوْجَيْنِ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: *Dan segala sesuatu Kami ciptakan berpasang-pasangan supaya kamu mengingat kebesaran Allah.*¹⁶

Sebenarnya Allah mampu menciptakan jutaan manusia sekaligus, akan tetapi takdir-Nya menghendaki hikmah lain yang tersembunyi dalam fungsi keluarga yang sangat besar bagi kelangsungan kehidupan makhluk ini. Keluarga adalah tempat

¹⁴ Abdul Syukur, *Ensiklopedi Umum untuk Pelajar* (Jakarta: Ichtiar Baru van Hoeve, 2005), 131.

¹⁵ Mufidah Ch., *Psikologi Keluarga Islam Berwawasan Gender* (Malang: UIN Malang Press, 2008), 37.

¹⁶ QS. Adz-Dzariyat (51): 49:

pengasuhan alami yang melindungi anak yang baru tumbuh dan merawatnya, serta mengembangkan fisik, akal dan spiritualnya, dalam naungan keluarga. Anak-anak pun akan memiliki tabiat yang melekat sepanjang hidupnya, sehingga dengan arahan dan petunjuk keluarga anak-anak akan memahami makna hidup dan tujuan-tujuannya, serta mengetahui cara berinteraksi dengan makhluk hidup.¹⁷ Keluarga yang kokoh adalah keluarga yang dapat menciptakan generasi-generasi penerus yang berkualitas dan berkarakter kuat, sehingga terjadi pelaku-pelaku kehidupan masyarakat dan akhirnya membawa kejayaan sebuah bangsa.¹⁸

2. Upaya Mewujudkan Keluarga Harmonis dan Mesra

Hal-hal yang perlu dilakukan oleh suami istri agar terbangun kehidupan yang harmonis dan mesra, serta dapat mencegah terjadinya perselingkuhan dalam keluarga, antara lain:

- a. Menciptakan kondisi rumah tangga yang sejuk, komunikatif dan hangat dalam kehidupan sehari-hari.
- b. Menanamkan sikap qana'ah terhadap keadaan masing-masing.
- c. Menanamkan sebuah keyakinan dalam diri pasangan suami istri, bahwa mencari jalan keluar untuk menghilangkan kejenuhan, kebuntuan dan keruwetan pikiran dengan jalan bersenang-senang dengan cara berselingkuh, adalah jalan yang tidak sehat dan tidak selamat.
- d. Berusaha dengan maksimal dalam memecahkan masalah kelainan seks, dengan mencari jalan yang sehat dan rasional, seperti berkonsultasi kepada ahlinya.

¹⁷ Mahmud Muhammad al-Jauhari, et.al., *Membangun Keluarga Qur'ani* (Jakarta: Amzah 2000), 3.

¹⁸ BP4, "Indahnya Keluarga Sakinah", *Majalah Perkawinan dan Keluarga: Menuju Keluarga Sakinah*, No. 389 (Jakarta: 2005), 7.

Al-Qur'an telah menguraikan konsep tentang keluarga sakinah, namun sesungguhnya perlu kajian yang mendalam, agar memperoleh pengetahuan tentang keluarga yang berfungsi sebagai sistem sosial dalam kaitannya membangun bangsa. Oleh karena itu, konsepsi keluarga sakinah perlu dibatasi pada simpul-simpul yang bisa mengantar atau menjadi prasyarat dalam menegakannya. Hal-hal yang menyangkut pembangunan masyarakat menurut al-Qur'an dibahas dalam bab-bab berikutnya. Diantara simpul-simpul yang dapat mengantar pada keluarga sakinah tersebut, yaitu:

- a. Dalam keluarga itu ada *mawaddah* dan *rahmah*.¹⁹ *Mawaddah* adalah jenis cinta membara yang menggebu-gebu, sedangkan *rahmah* adalah jenis cinta yang lembut, siap berkorban dan siap melindungi kepada yang dicintai.
- b. Hubungan antara suami isteri harus atas dasar saling membutuhkan, seperti pakaian dan yang memakainya.²⁰ Fungsi pakaian ada tiga, yaitu (a) menutup aurat, (b) melindungi diri dari panas dingin, dan (c) perhiasan.
- c. Suami isteri dalam bergaul memperhatikan hal-hal yang secara sosial dianggap patut (*ma'ruf*), tidak asal benar dan hak.²¹ Besarnya mahar, nafkah, cara bergaul dan sebagainya harus memperhatikan nilai-nilai *ma'ruf*.
- d. Dalam keterangan suatu hadits Nabi disebutkan bahwa pilar-pilar keluarga sakinah, yaitu a) memiliki kecenderungan kepada agama, b) menghormati yang tua, dan yang tua menyayangi yang muda, c) sederhana dalam belanja, d) santun dalam bergaul, dan (e) selalu introspeksi.
- e. Menurut keterangan hadits Nabi juga disebutkan bahwa terdapat empat faktor yang mendatangkan kebahagiaan keluarga, yaitu a)

¹⁹ QS. Ar-Rum (30): 21.

²⁰ QS. Al-Baqarah (2): 187.

²¹ QS. An-Nisa' (4): 19.

suami / isteri yang setia, b) anak-anak yang berbakti, c) lingkungan sosial yang sehat , dan d) dekat rizkinya.

B. Ekonomi Kreatif

1. Definisi Ekonomi Kreatif

Dewasa ini, ekonomi kreatif di Indonesia telah memiliki peran strategis dalam hal pembangunan ekonomi dan pengembangan bisnis. Ekonomi kreatif telah menjadi sebuah fenomena baru dalam menghadapi perkembangan dan tantangan globalisasi. Hal ini berbanding lurus seiring dengan kenyataan bahwa dewasa ini perkembangan ekonomi telah sampai level dimana kegiatan ekonomi mampu untuk menemukan inovasi dan kreativitas yang selalu baru. Dalam tataran praktis kegiatan ekonomi mengedepankan intelektual sebagai wahana untuk menghasilkan uang atau pendapatan, kesempatan kerja dan kesejahteraan. Dengan demikian ekonomi kreatif sepadan dengan industri kreatif, yaitu industri yang digerakkan oleh para kreator dan innovator.²²

Departemen Perdagangan Republik Indonesia mendefinisikan industri kreatif sebagai industri yang memanfaatkan daya kreatifitas, keterampilan serta bakat individu untuk mewujudkan kesejahteraan dan lapangan kerja yang dapat menghasilkan daya kreasi dan daya cipta individu.²³ Oleh karena itu, industri kreatif dapat dipahami sebagai industri yang menggunakan sumber daya terbarukan yang dapat memberikan kontribusi ke beberapa aspek kehidupan, seperti aspek ekonomi, peningkatan citra dan identitas bangsa, menumbuhkan motivasi dan kreativitas anak bangsa, serta dampak sosial lainnya.

Industri Kreatif dapat berpengaruh kepada kegiatan-kegiatan kreatif lainnya. Hal ini dikarenakan industry kreatif tersusun dari

²² Suryana, *Ekonomi Kreatif Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang* (Jakarta: Salemba Empat), 2013.

²³ Departemen Perdagangan RI. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2010-2014* (Jakarta: Departemen Perdagangan, 2009), 5.

beberapa bidang yang heterogen seperti seni dan kerajinan tradisional, penerbitan, musik, visual, dan pembentukan seni sampai dengan penggunaan teknologi yang intensif dan jasa-jasa yang berbasis kelompok, seperti film, televisi, dan siaran radio, serta media baru dan desain.²⁴

2. Jenis dan Sektor Ekonomi Kreatif

Departemen Perdagangan Republik Indonesia menyebutkan jenis ekonomi kreatif dibagi menjadi 14 sektor industri atau ekonomi kreatif,²⁵ yaitu:

1. Periklanan. Kegiatan ini berkaitan dengan jasa periklanan yang meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan, misalnya: riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi kampanye relasi publik, tampilan iklan di media cetak (surat kabar, majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan reklame sejenis, distribusi dan sampel, serta penyewaan kolom untuk iklan.
2. Arsitektur. Kegiatan ini berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya, konstruksi, konservasi bangunan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level mikro (*detail konstruksi, misalnya; arsitektur taman, desain interior*) sampai ke level makro (*town planning, urban design, landscape architecture*).
3. Pasar barang seni. Kegiatan ini berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika

²⁴ Suryana, *Ekonomi Kreatif Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*, 96.

²⁵ Departemen Perdagangan RI. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2010-2014*, 6-7.

yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet.

4. Kerajinan. Kegiatan ini berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dihasilkan oleh tenaga pengrajin dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, seperti barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi), kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur.
5. Desain. Kegiatan ini berkaitan dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran, serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.
6. Fashion. Kegiatan ini berkaitan dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fashion.
7. Film, video, dan fotografi. Kegiatan ini berkaitan dengan kreasi produksi video, film dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film.
8. Permainan interaktif. Kegiatan ini berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Subsektor permainan interaktif sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi.
9. Musik. Kegiatan ini berkaitan dengan kreasi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi rekaman suara atau lagu.
10. Seni pertunjukan. Kegiatan ini berkaitan dengan usaha yang mengembangkan produksi pertunjukan, seperti pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik), desain dan

pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, serta tata pencahayaan.

11. Penerbitan dan percetakan. Kegiatan ini berkaitan dengan penulisan dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, material, uang kertas, blanko cek, giro, surat, andil, obligasi, surat saham, surat berharga lainnya, passport, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir (*engraving*) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan dan barang cetakan lainnya.
12. Layanan komputer dan piranti lunak. Kegiatan ini berkaitan dengan pengembangan teknologi informasi, pengolahan data, pengembangan data base, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal.
13. Radio dan televisi. Kegiatan ini berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi, seperti games, kuis, reality show, infotainment, dan lainnya, penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio.
14. Riset dan pengembangan. Kegiatan ini berkaitan dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi, serta menerapkan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.

C. Wisata Religi

1. Definisi Wisata

Menurut Sapta Nirwandar,²⁶ dalam UU No. 10 tahun 2009 menjelaskan bahwa wisata ialah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kejadian tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.²⁷ Sedangkan pengertian objek wisata yaitu kawasan yang memiliki luas lahan tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.²⁸

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa objek wisata merupakan kumpulan kegiatan yang bersifat multidimensi serta multi disiplin yang terwujud atas kebutuhan setiap orang dan Negara, serta interaksi antar wisatawan dan masyarakat sekitar. Sedangkan industri pariwisata adalah kumpulan usaha yang menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.

Adapun jenis-jenis dari pariwisata menurut A. Hari Karyono,²⁹ antara lain:

1. Wisata Budaya yaitu perjalanan wisata dengan tujuan untuk mempelajari adat-istiadat, budaya, tata cara kehidupan masyarakat.
2. Wisata Kesehatan yaitu perjalanan wisata dengan tujuan untuk memperoleh kesembuhan dari suatu penyakit atau untuk memulihkan kesegaran jasmani dan rohani.
3. Wisata Olahraga yaitu perjalanan wisata untuk mengikuti kegiatan olahraga.
4. Wisata Komersial, adalah perjalanan wisata yang memiliki tujuan yang bersifat komersial atau dagang.
5. Wisata Industri yaitu perjalanan rombongan pelajar atau mahasiswa untuk mengunjungi suatu industry guna mempelajari industry tersebut.

²⁶ Sapta Nirwandar, *Building Indonesia WOW Indonesia Tourism and Creative Industry* (Jakarta: Gramedia, 2014), 73-74.

²⁷ Lihat UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

²⁸ Lihat UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

²⁹ A. Hari Karyono, *Kepariwisataaan* (Jakarta: Grasindo, 1997), 19.

6. Wisata Politik yaitu berkunjung ke suatu Negara untuk tujuan aktif dalam kegiatan politik.
7. Wisata Konvensi yaitu perjalanan wisata ke suatu daerah atau Negara dengan tujuan untuk mengikuti konvensi.
8. Wisata Sosial adalah kegiatan wisata yang diselenggarakan dengan tujuan non profit atau tidak mencari keuntungan, perjalanan wisata ini diperuntukkan bagi remaja, atau golongan masyarakat ekonomi lemah maupun pelajar.
9. Wisata Pertanian yaitu pengorganisasian perjalanan untuk mengunjungi lahan pertanian, perkebunan sebagai tujuan studi dan riset.
10. Wisata Bahari ini sering dikaitkan dengan olah raga air, seperti berselancar, menyelam, berenang dan sebagainya.
11. Wisata Cagar Alam yaitu mengunjungi cagar alam baik berupa binatang ataupun tumbuhan yang langka.
12. Wisata Buru yaitu wisata yang berkaitan dengan hobi berburu di lokasi tertentu yang dilegalkan oleh pemerintah.
13. Wisata wisata religi (*pilgrim*) yaitu jenis wisata yang berkaitan dengan agama, kepercayaan maupun adat istiadat. Wisata pilgrim ini dapat dilakukan perseorangan maupun rombongan yang mengunjungi tempat-tempat suci, makan-makan orang suci atau orang-orang yang terkenal, dan pemimpin yang diagungkan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan restu, berkah, kebahagiaan dan ketentraman.
14. Wisata Bulan Madu yaitu perjalanan wisata yang dilakukan oleh orang yang sedang berbulan madu atau pengantin baru.

2. Definisi Wisata Religi

Wisata religi atau yang dikenal dengan istilah *pilgrimage* menurut Emiria Callista dan Heru Purboyo Hidayat Putro yang mengutip pendapat Turner dalam Franklin dari bukunya yang berjudul

“Tourism: An Introduction”, bahwa wisata religi merupakan *journeys away from the everyday, mundane world of work and home to specific sacred sites formalized, recognized and maintained by major religions*.³⁰ Adapun wisata religi dalam perspektif Islam biasanya disebut ziarah, yaitu berkunjung ke tempat suci atau tempat-tempat lainnya seperti tempat ulama yang telah tiada.³¹

Pada masa awal Islam, Rasulullah SAW memang melarang umat Islam untuk melakukan ziarah kubur, karena aqidah umat Islam pada waktu itu belum tertancap dengan kuat. Rasulullah SAW khawatir umat Islam akan menjadi penyembah kuburan. Setelah kekhawatiran rusaknya aqidah umat Islam itu hilang, maka Rasulullah SAW membolehkan para sahabatnya untuk melakukan ziarah kubur, karena hal itu dapat membantu umat Islam untuk mengingat kematian.

Dalil-dalil tentang ziarah kubur, yaitu hadis Nabi SAW. yang diriwayatkan dari Buraidah bin Al-Hushaib *radhiyallahu ‘anhu* dari Rasulullah *shallallahu ‘alaihi wa sallam* beliau bersabda:

إِنِّي كُنْتُ نَهَيْتُكُمْ عَنْ زِيَارَةِ الْقُبُورِ فَزُورُوهَا فَإِنَّهَا تُذَكِّرُكُمْ الْآخِرَةَ

Artinya: *Sesungguhnya aku pernah melarang kalian untuk menziarahi kubur, maka (sekarang) ziarahilah kuburan. Sebab ziarah kubur itu akan mengingatkan pada hari akhirat.*³²

Dalam hadits tersebut dijelaskan bahwasannya Rasulullah pernah melarang ziarah kubur. Pelarangan ziarah kubur tersebut dikarenakan masih dekatnya masa mereka dengan zaman jahiliyah.

³⁰ Artinya: “Perjalanan jauh dari sehari-hari, dunia fana kerja dan rumah untuk situs suci tertentu yang diformalkan, diakui dan dikelola oleh agama-agama besar”. Lihat Emiria Callista dan Heru Purboyo Hidayat Putro, “Penilaian Wisatawan dan Masyarakat terhadap Fasilitas Wisata Religi KH. Abdurrahman Wahid”, *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, Vol. 3, No. 1 (2017): 6.

³¹ <http://www.wisatamu.com/wisata-religi.html>. Diakses pada 10 Oktober 2018.

³² Hadits ini dikeluarkan oleh Imam Muslim (3/65 dan 6/82) dan Imam Abu Daud (2/72 dan 131) dengan tambahan lafazh, dan dari jalan Abu Dâud hadits ini juga diriwayatkan maknanya oleh Imam Al-Baihaqy (4/77), Imam An-Nasa’i (1/285-286 dan 2/329-330), dan Imam Ahmad (5/350, 355-356 dan 361). Mu’ammal Hamidy, et.al. *Terjemahan Nailul Authar: Himpunan Hadits-hadits Hukum*, Jilid III (Surabaya: Bina Ilmu, t.t.), 1148.

Kemudian, setelah aqidah umat menjadi kuat dan merasa tentram dengan pilihan agamanya, serta mengetahui tata cara dan ketentuan dalam melakukan ziarah kubur, maka syariat Islam membolehkan praktik ziarah kubur.

Adapun hubungannya dengan sebab-sebab pelarangan orang-orang muslim dari ziarah kubur dari sisi Rasulullah saw terdapat beberapa dalil yang akan diutarakan yaitu *pertama*, dikatakan bahwa pada awal-awal periode Islam kebanyakan atau mungkin semua pemakaman adalah milik orang-orang musyrik dan para penyembah berhala, dan Islam juga memutuskan semua hubungan keterikatan dan ketergantungan dengan mereka. Salah satu ketergantungan itu adalah hubungan ziarah kubur mereka yang dilarang oleh Rasulullah SAW. Dan *kedua*, pada periode awal kedatangan Islam dan dimulainya hari-hari penyebarannya serta masih rentannya menerima pengaruh akan mengingatkan orang-orang Muslim kepada orang-orang yang terbunuh yang hal ini akan menyebabkan timbulnya ketakutan dan penolakan terhadap jihad. Dengan tertancapnya kekuatan Islam (berdirinya pemerintahan Islam), masalah ini dapat teratasi dan membolehkan mereka untuk ziarah kubur.

BAB III

KONDISI OBJEKTIF DAN PRAKTIK EKONOMI KREATIF

A. Deskripsi Wilayah Penelitian

1. Kondisi Geografis

Secara geografis, kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati berada di Desa Astana Kecamatan Gunung Jati Kabupaten Cirebon. Adapun batas-batas wilayah Desa Astana,³³ antara lain sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Kalisapu Kecamatan Gunung Jati;
- b. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Jatimerta Kecamatan Gunung Jati;
- c. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Jatimerta Kecamatan Gunung Jati;
- d. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Gesik Kecamatan Tengah Tani.

Desa Astana tepatnya pada koordinat 06° 40' 256" Lintang Selatan dan 108° 33' 563" Bujur Timur. Luas wilayah kompleks makam adalah ± 36.350 Ha yang terdiri dari 23,010 Ha tanah Desa dan 13,340 Ha tanah keraton. Secara geografis Desa Astana sebetulnya Desa yang strategis karena terletak di tepi jalan raya Cirebon-Indramayu yang dilalui berbagai jenis alat transportasi.

2. Kondisi Demografi

Kondisi demografi Desa Astana meliputi jumlah penduduk, pekerjaan penduduk, pendidikan dan sarana prasarana. Berikut penjelasan lebih lanjut tentang demografi Desa Astana, yaitu:

³³ Buku Profil Desa/Kelurahan Astana Kecamatan Gunung Jati Kabupaten Cirebon Tahun 2018.

a. Keadaan Penduduk

Jumlah penduduk yang tercatat dalam buku profil Desa Astana, Kecamatan Gunung Jati pada tahun 2018 berjumlah 4.998 jiwa.³⁴ Adapun perincian jenis kelaminnya adalah sebagai berikut:

1) Jumlah penduduk menurut jenis kelamin

Tabel 1.1

Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin
Desa Astana Gunung Jati 2018

No.	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1.	2.517 jiwa	2.481 jiwa	4.998 Jiwa

Sumber: Buku Profil Desa Astana Tahun 2018

2) Jumlah penduduk menurut kepala keluarga: 1.452 KK.

3) Jumlah penduduk menurut kewarganegaraan:

a) WNI : 4998 jiwa

b) WNA : -

4) Jumlah penduduk menurut usia:

Tabel 1.2

Jumlah Penduduk Menurut Usia
Desa Astana Gunung Jati Tahun 2018

Usia	Laki-laki (Orang)	Perempuan (Orang)	Jumlah (Orang)
0-12 bulan	49	52	101
1-5 tahun	167	201	368
6-10 tahun	218	230	448
10-15 tahun	261	262	523
16-20 tahun	204	206	410
21-25 tahun	221	222	443
26-30 tahun	195	212	407
31-35 tahun	173	167	340

³⁴ Buku Profil Desa/Kelurahan Astana Kecamatan Gunung Jati Kabupaten Cirebon Tahun 2018.

36-40 tahun	165	114	279
41-45 tahun	176	174	350
46-50 tahun	147	143	290
51-55 tahun	160	153	313
56-60 tahun	146	128	274
61-65 tahun	112	119	231
> 66 tahun	123	98	221
Total	2.517	2.481	4.998

Sumber: Buku Profil Desa Astana Tahun 2018

3. Pekerjaan Masyarakat

Mata pencaharian atau pekerjaan penduduk Desa Astana sebagian besar bekerja sebagai pedagang. Hal ini dikarenakan di Desa Astana terdapat tempat wisata religi Sunan Gunung Djati.

Petani Desa Astana tercatat ada 7 orang, sedang buruh tani 7 orang. Penduduk yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil ada 34 orang. Penduduk yang bekerja sebagai pedagang ada 55 orang. Penduduk yang bekerja sebagai bidan swasta ada 5 orang. Penduduk yang bekerja sebagai pembantu rumah tangga ada 38 orang. Penduduk yang bekerja sebagai guru swasta ada 30 orang. Penduduk yang bekerja sebagai TNI dan lainnya ada 24 orang.

Berdasarkan uraian di atas dapat dibuat tabel pekerjaan masyarakat sebagai berikut:

Tabel 1.3

Jenis Pekerjaan Penduduk

Desa Astana Gunung Jati Tahun 2017

No.	Nama Pekerjaan	Jumlah
1.	Petani	7
2.	Buruh Tani	7
3.	Pegawai Negeri Sipil	34

4.	Pedagang	155
5.	Bidan swasta	5
6.	Pembantu rumah tangga	38
7.	Guru swasta	30
8.	TNI dan lain-lain	24

Sumber: Buku Profil Desa Astana Tahun 2017

4. Tingkat Pendidikan

Penduduk Desa Astana berdasarkan pendidikannya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.4

Tingkat Pendidikan

Desa Astana Gunung Jati Tahun 2018

No.	Tingkat Pendidikan	Laki-laki (Orang)	Perempuan (Orang)
1.	Usia 3-6 tahun yang belum masuk TK	7	91
2.	Usia 3-6 tahun yang sedang TK/Play Group	13	133
3.	Usia 7-18 tahun yang sedang Sekolah	58	589
4.	Tamat SD/Sederajat	2.398	2.379
5.	Tamat SMP/Sederajat	1.770	1.823
6.	Tamat SMA/Sederajat	1.769	1.818
7.	Tamat S-1/Sederajat	1	5
8.	Tamat S-2/Sederajat	1	-

Sumber: Buku Profil Desa Astana Tahun 2018

Berdasarkan tabel tingkat pendidikan Desa Astana tahun 2017 di atas, menurut tingkat pendidikan usia 3-6 tahun yang belum masuk TK sebanyak 169 orang, usia 3-6 tahun yang sedang TK/Play Group sebanyak 269 orang, usia 7-18 tahun yang sedang sekolah sebanyak 1.175 orang, tamat SD/ sederajat sebanyak 4.777 orang, tamat

SMP/ sederajat sebanyak 3.593 orang, tamat SMA/ Sederajat sebanyak 3.587 orang, belum tamat SD sebanyak 293 orang, tamat S1 sebanyak 16 orang dan tamat S2 sebanyak 12 orang.

5. Sarana Transportasi

Dewasa ini sarana transportasi merupakan suatu keniscayaan, baik di pedesaan maupun di perkotaan untuk menunjang keberlangsungan aktivitas sehari-hari. Keberadaan sarana transportasi yang memadai dapat memperlancar aktivitas masyarakat, terutama untuk keperluan kegiatan ekonomi atau mobilitas kerja.

Transportasi yang sering digunakan pengunjung untuk menuju kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati adalah seperti angkutan umum, angkutan pribadi, bus pariwisata, mini bus, helikopter dan motor. Dengan menggunakan sarana transportasi yang ada, semakin mudah dan memperlancar para pengunjung untuk menuju wisata religi Sunan Gunung Djati.

Wilayah Desa Astana merupakan daerah yang terbuka dalam arti tidak terisolir. Hal ini terlihat dengan lancarnya perhubungan yang menuju dan pergi dari Desa Astana. Sarana dan prasarana transportasi ditata dan dibiayai secara baik. Jalan untuk menuju ke Desa Astana, apalagi ke objek wisata religi Sunan Gunung Djati sudah diaspal. Hal ini tentunya akan memperlancar arus kendaraan yang menuju ke daerah ini.

Sarana dan prasarana perhubungan merupakan faktor utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi. Keberadaan angkutan umum dan angkutan pribadi sebagai sarana perhubungan juga mempermudah dan memperlancar pemasaran hasil produksi di suatu daerah. Selain itu, sarana dan prasarana yang memadai dalam kenyataannya dapat memperlancar arus para pengunjung objek wisata religi Sunan Gunung Djati, sehingga pengunjung bisa mencapai objek wisata dengan mudah dan nyaman.

6. Sarana Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu program pemerintah yang harus dilaksanakan, begitu juga di Desa Astana. Untuk memperlancar proses pendidikan, di Desa Astana terdapat beberapa bangunan sekolah. Di Desa Astana terdapat bangunan sekolah yang diantaranya Taman Kanak-kanak ada 2 buah, di Taman Kanak-kanak tersebut muridnya berjumlah 215 dan dipegang oleh 16 guru. Sekolah Dasar dan sederajat ada 2 buah, dengan jumlah tenaga pengajar 32 orang dan siswanya berjumlah 301 siswa. Ibtidaiyah ada 1 buah, dengan jumlah tenaga pengajar 17 dan siswanya berjumlah 215.

Dari uraian di atas dapat dibuatkan tabel tenaga pendidikan dan jumlah siswa yang menempati gedung sekolah dan pendidikan lainnya, sebagai berikut:

Tabel 1.5

Sarana Pendidikan

Desa Astana Gunung Jati Tahun 2018

No.	Nama Lembaga	Jumlah	Siswa	Tenaga Pengajar
1.	Taman Kanak-kanak (TK)	2	215	16
2.	Sekolah Dasar	2	301	32
3.	Ibtidaiyah	1	215	17

Sumber: Buku Profil Desa Astana Tahun 2018

B. Ekonomi Kreatif di Kawasan Wisata Religi Sunan Gunung Djati Cirebon

Masyarakat Desa Astana sebagaimana juga desa lain di wilayah kecamatan Gunung Jati Kabupaten Cirebon terkenal dengan agraris dan niaga.³⁵ Namun seiring dengan banyaknya peziarah yang mendatangi kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon, peluang usaha semakin terbuka lebar

³⁵ Abdullah Ali, *Tradisi Kliwonan Gunung Jati Model Wisata Religi Kabupaten Cirebon*, (Yogyakarta: Pemerintah Kabupaten Cirebon, 2007), 153.

sehingga sedikit demi sedikit mata pencaharian penduduk Desa Astana berubah ke arah perilaku usaha, baik sebagai pengrajin, penjual jasa atau sebagai pedagang.

Faktor lingkungan sekitar yang terdapat tempat wisata religi Sunan Gunung Djati inilah yang akhirnya masyarakat Desa Astana lebih tertarik untuk melakukan usaha, dan meninggalkan pola hidup lama sebagai petani dan nelayan. Masyarakat Desa Astana melihat peluang yang lebih baik dalam memberikan pelayanan, perdagangan dan jasa dengan hadirnya para peziarah yang semakin berkembang. Dengan demikian, pola hidup bertani dan nelayan sudah tidak relevan lagi dengan keadaan saat ini, sehingga tidak banyak masyarakat Desa Astana yang mempertahankan sebagai petani dan nelayan, melainkan memilih pola hidup berdagang dan berbisnis.

Pola hidup berdagang dan berbisnis masyarakat Desa Astana disesuaikan dengan berlatar belakang ekonominya yang mayoritas menengah ke bawah, sehingga sering dijumpai di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati berbagai jenis pedagang makanan kecil, seperti pedagang asongan yang hanya menjualkan barang dagangan milik orang lain. Namun seiring dengan perkembangan zaman, khususnya bagi penduduk yang mempunyai modal besar dan pengetahuan tentang teknologi yang memadai, peran ekonomi kreatif lambat laun mulai tumbuh sehingga di kawasan wisata religi ini bermunculan toko atau kios usaha berbagai macam kebutuhan para peziarah, warung makan yang menjajakan menu khas daerah setempat, jasa penginapan dan toilet umum, serta jasa parkir bagi para peziarah.

Warung-warung yang ada di pinggir jalan raya, terlebih lagi setelah dilebarkan semakin mengundang penduduk setempat untuk beradaptasi dengan lingkungan yang berubah. Sambil memperbaiki rumah dan warungnya mereka memperbanyak modal berdagang untuk memenuhi kebutuhan para peziarah. Berdirinya warung-warung sepanjang jalan raya adalah perwujudan perubahan budaya dan pola perilaku hidup masyarakat sebagai pedagang.

Dengan demikian pengembangan desa wisata merupakan langkah strategis untuk mempercepat pembangunan dan pemberdayaan masyarakat yang sejahtera. Dengan jumlah peziarah yang meningkat, secara otomatis akan meningkatkan pula kegiatan ekonomi di Desa Astana, karena kemungkinan semakin banyak para pengunjung untuk membeli pakaian, makanan dan minuman, serta souvenir-souvenir untuk dijadikan oleh-oleh.

C. Perkembangan Wisata Religi Sunan Gunung Djati Cirebon

1. Jumlah Pengunjung

Kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon masih menjadi daya tarik tersendiri di Kasultanan Cirebon. Tempat ini menjadi salah satu tujuan utama wisata religi bagi ribuan peziarah yang berkunjung ke Cirebon. Banyak peziarah yang datang setiap harinya, apalagi pada malam Jum'at Kliwon jumlah peziarah yang datang semakin bertambah. Hal ini diinformasikan langsung oleh Bapak Khaerudin selaku anggota juru kunci, yang menyatakan bahwa “setiap harinya banyak peziarah yang datang dari berbagai tempat hampir dari luar pulau Jawa, belum lagi kalau malam Jum'at. Pada malam Jum'at Kliwon bisa sampai 5 ribu peziarah yang datang”.³⁶

Saat ini wisatawan yang berkunjung ke Cirebon khususnya kawasan wisata religi Sunan Sunan Gunung Djati semakin meningkat. Keberadaan Makam Sunan Gunung Djati menjadikan wisata religi sebagai ladang usaha utama daerah Cirebon, baik bagi turis domestik maupun manca negara. Namun patut disayangkan karena berdasarkan hasil di lapangan tidak ditemukan data yang pasti atas jumlah pengunjung yang berziarah ke makam Sunan Gunung Djati. Hal ini dinilai wajar karena ketidakstabilan jumlah peziarah sehingga Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cirebon merekap data jumlah pengunjung berdasarkan data kendaraan yang berkunjung ke kawasan

³⁶ Wawancara dengan Bapak Khaerudin (anggota juru kunci), pada tanggal 02 Oktober 2018 di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon.

wisata religi Sunan Gunung Djati. Adapun jumlah pengunjung wisata religi Sunan Gunung Djati, dari tahun 2015 sampai tahun 2017, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.6
Jumlah Pengunjung Wisata Religi Sunan Gunung Jati

No.	Tahun	Jumlah Pengunjung (Kendaraan)
1.	2015	287.380
2.	2016	453.820
3.	2017	347.568

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cirebon.

Dari data di atas jumlah pengunjung kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati pada tahun 2015 sampai tahun 2017 mengalami tidak kestabilan jumlah pengunjung. Banyaknya kendaraan peziarah yang mendatangi kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati pada tahun 2015 sebanyak 287.380 kendaraan. Pada tahun 2016 mengalami kenaikan sebanyak 453.820 kendaraan. Sedangkan pada tahun 2017 mengalami penurunan jumlah pengunjung yaitu sebanyak 347.568 kendaraan. Para peziarah lebih banyak menggunakan kendaraan bus, karena banyak yang berasal dari luar kota dan lebih memuat banyak orang. Rata-rata tiap bus dapat memuat 50-60 orang. Jadi, dari banyaknya jumlah kendaraan yang mengunjungi kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati, peneliti dapat memperkirakan banyaknya jumlah peziarah yang berkunjung pada tahun 2015 sebanyak $\pm 14.365.000$ pengunjung, pada tahun 2016 sebanyak $\pm 22.690.000$ pengunjung, sedangkan pada tahun 2017 sebanyak $\pm 17.378.400$ pengunjung. Dari perkiraan jumlah pengunjung tersebut pada tahun 2015, tahun 2016 dan tahun 2017 mengalami kenaikan dan penurunan. Akan tetapi, data tersebut masih belum pasti jumlah pengunjung yang datang. Karena masih banyak pengunjung yang menggunakan angkutan umum, seperti masyarakat Cirebon sendiri.

2. Musim Banyak Pengunjung

Memasuki obyek wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon tidak dipungut biaya, hanya saja para pengunjung dapat menyumbang seikhlasnya pada kotak sumbangan yang terletak disetiap pintu masuk kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati. Hal ini sebagai salah satu alasan kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati selalu ramai pengunjung, terutama pada musim liburan dan hari-hari besar Islam seperti pada malam Jum'at kliwon, syawalan, peringatan maulud Nabi Muhammad SAW. dan ritual pencucian jimat, jumlah peziarah bisa mencapai puluhan ribu. Menurut Bapak Tarjo yang kesehariannya bertugas sebagai juru kunci pemakaman Sunan Gunung Djati, bahwa “komplek pemakaman Sunan Gunung Djati ramai pada musim liburan, juga pada saat memperingati hari besar seperti malam Jum'at kliwon, syawalan, acara sedekah bumi, dan perayaan Maulid Nabi Muhammad SAW.”³⁷

Pada saat Kliwonan dan Syawalan, kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati dipadati oleh para pengunjung wisata religi. Hampir ratusan hingga ribuan yang mendatangi makam Sunan Gunung Djati. Pada saat memperingati Maulid Nabi Muhammad SAW, ribuan warga di Cirebon dan sekitarnya memadati makam para wali di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati.

Perayaan Maulid Nabi Muhammad SAW. diperingati masyarakat Muslim di Cirebon dengan mengunjungi kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati. Selain warga Cirebon, banyak warga dari luar kota yang sengaja datang untuk melakukan ziarah di pemakaman Sunan Gunung Djati. Puncak perayaan Maulid Nabi SAW. Dilaksanakan pada malam hari, namun sejak pagi hari lokasi wisata religi ini sudah dipadati pengunjung.

³⁷ Wawancara dengan Bapak Tarjo (anggota juru kunci), pada tanggal 02 Oktober 2018, di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon.

3. Dinamika di Kawasan Wisata Religi

Setiap tahunnya kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon selalu dikunjungi para peziarah dari masyarakat sekitar dan berbagai daerah lain. Selain itu, pengunjung yang datang di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati dari berbagai kalangan, mulai dari pelajar dan kalangan akademisi, hingga jama'ah rombongan. Pada musim liburan, pengunjung lebih banyak dipadati oleh pelajar yang. Sedangkan pada hari-hari biasa kebanyakan para rombongan jama'ah ziarah yang berasal dari pulau Jawa maupun luar pulau Jawa.

Keanekaragaman dari para peziarah seperti yang disebutkan di atas memunculkan dinamika tersendiri. Fenomena inilah yang menjadi sebab masyarakat sekitar Desa Astana memilah usahanya dalam rangka pemenuhan kebutuhan para peziarah, sehingga terkadang muncul jenis perdagangan baru yang tidak ditemukan pada hari-hari biasanya, seperti aneka ragam mainan dan sebagainya.

D. Peluang Usaha Ekonomi Kreatif bagi Masyarakat

Saat ini pariwisata merupakan salah satu industri yang berkembang pesat di dunia. Sejak lama, pariwisata bagi negara-negara maju merupakan bagian dari kebutuhan hidup, bahkan sudah menjadi suatu aktivitas dan permintaan yang wajar untuk dipenuhi. Salah satu manfaat ekonomi dari kegiatan pariwisata adalah meningkatkan pendapatan masyarakat di Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang berasal dari pengeluaran yang dibelanjakan oleh para wisatawan, terutama di waktu libur yang biasanya minat para pengunjung semakin berlipat dibandingkan dengan hari biasa. Dengan demikian, usaha di tempat-tempat wisata merupakan peluang yang sangat menguntungkan bagi masyarakat setempat.

Keberadaan kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati juga sangat berpengaruh terhadap ekonomi masyarakat sekitar, karena membuka peluang usaha bagi masyarakat sekitar. Dengan terbukanya peluang usaha tentunya membawa pengaruh terhadap pendapatan masyarakat sekitar yang bisa

digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya, dan juga untuk kegiatan sosial dalam masyarakat. Peluang usaha ini pada prinsipnya menyediakan keperluan wisatawan, sehingga mendorong para pedagang sekitar membuka usaha dengan menjual berbagai macam barang dagangan yang menjadi ciri khas suatu daerah tertentu.

Berikut beberapa peluang usaha bagi masyarakat di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon, yaitu:

1. Membuka Usaha Kecil Makanan Khas

Menurut Ina Primiana³⁸ bahwa kebijakan pengembangan usaha kecil dapat dilakukan melalui:

- a. Ekonomi utama (*core business*) yang menjadi motor penggerak pembangunan dapat dikembangkan dalam empat macam kegiatan, yaitu agribisnis, industri manufaktur, sumber daya manusia (SDM), dan bisnis kelautan.
- b. Pengembangan kawasan andalan untuk mempercepat pemulihan perekonomian melalui pendekatan wilayah atau daerah, yaitu memilih wilayah atau daerah untuk mewadahi program prioritas dan pengembangan sektor-sektor dan potensi.
- c. Peningkatan upaya pemberdayaan masyarakat melalui perluasan kesempatan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat.

Kebijakan pengembangan usaha kecil berpengaruh terhadap pemberdayaan masyarakat dalam memperluas kesempatan kerja, sehingga pengembangan usaha terutama *home industry* memiliki potensi strategis dalam pemberdayaan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa usaha *home industry* dapat menjadi penyeimbang pemerataan dan penyerapan tenaga kerja.

Adanya objek wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon, membuka peluang ekonomi kreatif dalam sektor rumahan yang cukup

³⁸ Ina Primiana, *Menggerakan Sektor Riil UKM dan Industri* (Bandung: Alfabeta, 2009),

banyak menyerap tenaga pekerja masyarakat setempat, seperti usaha-usaha berikut ini:

a. Intip atau Kerak Nasi

Intip atau kerak nasi adalah salah satu makanan cemilan khas Cirebon. Oleh-oleh yang ini banyak dijumpai di sepanjang kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon. Dalam proses pembuatannya, intip atau kerak nasi terbuat dari kerak nasi yang dikeringkan. Setelah mongering, kerak nasi tersebut diolah dengan aneka bumbu yang berasal dari racikan bawang merah dan putih, garam, gula dan santan. Kemudian pada proses akhir, kerak nasi digoreng dengan menggunakan minyak panas dan dikemas dengan plastik yang sudah disediakan.

b. Emping Melinjo

Emping melinjo merupakan salah satu jenis varian keripik yang terbuat dari biji melinjo yang telah matang. Dalam proses pembuatannya, emping melinjau tergolong olahan rumah tangga yang mudah karena cukup menggunakan alat-alat prabotaan rumah tangga, yang dimuali dengan menyangrai biji melinjo, pemukulan biji melinjau sampai tipis, penjemuran, dan berakhir pada penggorengan dan pengemasan secara rapih. Sebagai salah satu komoditi pengolahan hasil pertanian, emping melinjau di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati memiliki nilai jual yang tinggi. Tingginya nilai jual emping melinjo didasrkan atas mahalanya harga bahan baku dan manfaatnya sebagai pelengkap makanan dan cemilan.

Ekonomi kreatif dalam usaha kecil rumahan ini banyak dijumpai di Desa Astana Kecamatan Gunung Jati Cirebon, salah satunya adalah usaha yang ditekuni oleh Hj. Sunaenah. Dalam melakukan usaha ekonomi kreatifnya, Hj. Sunaenah mengembangkan usaha makanan khas seperti intip (kerak), emping, dan keripik melinjo tidak kurang dalam rentan waktu

selama 10 tahun ke belakang. Pada saat ini usahanya semakin berkembang, bahkan sekarang sudah memiliki 4 tenaga kerja tetap yang direkrut dari masyarakat sekitar. Menurut pengakuan Hj. Sunaenah, bahwa dengan banyaknya peziarah maka usahanya tambah maju, bahkan pada saat ramai pengunjung hampir tiap hari usaha rumahannya memproduksi intip.³⁹



Foto: Ekonomi Kreatif Kios Oleh-oleh Khas Gunung Djati Cirebon.

Potret kesuksesan usaha makanan khas Gunung Djati di atas yang pada fase awal hanya dimiliki oleh 3 sampai 4 orang, membuat masyarakat sekitar termotivasi untuk membuka usaha yang sama untuk memenuhi kebutuhan para pengunjung. Hal ini dipilih karena seiring dengan meningkatnya jumlah pengunjung pada tiap tahunnya sehingga membuka peluang usaha yang cukup menjanjikan. Pada akhirnya, usaha ini menjadi salah satu icon di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati yang sering dijumpai hingga tidak kurang dari 20 toko atau kios yang membuka usaha makanan khas Gunung Djati.

³⁹ Wawancara dengan Ibu Hj. Sunaenah (pemilik usaha makanan), pada tanggal 13 November 2018, di toko Ibu Hj. Sunaenah.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati mampu memberikan peluang usaha ekonomi kreatif bagi masyarakat sekitar Desa Astana. Peluang usaha ekonomi kreatif ini mampu memberikan nilai tambah bagi masyarakat, yaitu tersedianya lapangan kerja dan meningkatnya pendapatan bagi pelaku ekonomi kreatif tersebut.

2. Membuka Usaha Warung Makan

Pengembangan sektor pariwisata pada hakikatnya berimplikasi terhadap pengaruh kehidupan sosial ekonomi masyarakat sekitar, karena kehadiran para pengunjung membuka peluang usaha. Hal ini yang ditangkap oleh masyarakat sekitar dengan membuka usaha warung makanan khas daerah Gunung Djati Cirebon.

Usaha warung makan di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati ini memiliki peluang yang sangat menjanjikan, karena makanan adalah sumber kebutuhan primer manusia yang harus dipenuhi. Apalagi banyak pengunjung yang berasal dari luar kota yang menempuh waktu perjalanan yang tidak sebentar, sehingga keberadaan usaha warung makan dinilai strategis. Menurut Ibu Tumirah (46 tahun) pemilik warung makan khas Cirebon, yaitu warung nasi empal gentong mengatakan bahwa “pendapatan yang didapat dengan berjualan nasi rames ini cukup menguntungkan, karena para pengunjung yang datang banyak yang mencari makan setelah berada diperjalanan selama berjam-jam. Pendapatan sehari biasapun lumayan karena pembeli makanan ini tidak hanya para pengunjung saja, akan tetapi masyarakat sekitar yang berjualan di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati pun membeli karena rumah mereka tidak dekat dengan kiosnya”.⁴⁰

⁴⁰ Wawancara dengan Ibu Tumirah (pemilik warung makan), pada tanggal 13 November 2018, di warung Ibu Tumirah.

Pada awalnya sebelum kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati ramai seperti sekarang, warga sekitar belum banyak yang membuka usaha warung makan sehingga pemilik warung makan di kawasan wisata religi tersebut hanya 2 sampai 3 warung makan saja. Namun seiring dengan perkembangan jumlah pengunjung yang tiap tahunnya cenderung bertambah, maka saat ini jumlah usaha warung makan sudah lebih dari 10 warung makan. Fenomena maraknya usaha warung makan ini disebabkan oleh banyaknya jumlah pengunjung sehingga membuka peluang bagi warga sekitar untuk beralih profesi sebagai pedagang dalam meraup untuk secara halal.



Foto: Usaha Warung Makanan Khas Gunung Djati.

3. Membuka Jasa Toilet Umum

Aktivitas berwisata didefinisikan sebagai aktifitas bepergian ke tempat wisata yang bertujuan sebagai wahana rekreasi dan relaksasi. Selama berwisata, wisatawan berada jauh dari rumah dalam waktu yang relatif lama sehingga banyak wisatawan memilih fasilitas-fasilitas di tempat umum untuk menggantikan fasilitas yang tersedia di tempat tinggalnya, seperti jasa toilet umum. Jasa toilet umum merupakan salah satu jenis toilet yang diperuntukan bagi masyarakat umum yang berkunjung ke suatu tempat wisata. Keberadaan toilet umum sangat vital

sehingga menguntungkan kedua belah pihak, terutama bagi para wisatawan yang terkadang membutuhkan sarana sanitasi yang mudah ditemukan dan terjangkau.

Perjalanan wisata baik dalam rombongan ataupun perorangan, pada umumnya merencanakan perjalanan berkeliling di suatu tempat dalam satu hari sebelum kembali ke tempat mereka menginap. Hal ini juga yang membuat keharusan akan kesediaan toilet umum yang baik di daerah pariwisata, termasuk di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon.

Usaha membuka jasa toilet umum di tempat wisata merupakan bisnis yang sangat menjanjikan dalam jangka panjang, sehingga jumlah pemilik toilet umum kini semakin bertambah, dari awalnya hanya 5 orang pemilik toilet sekarang sudah ada sekitar 14 orang pemilik jasa toilet umum. Faktor peluang bisnis jasa ini begitu besar potensinya, mengingat kebutuhan buang hajat pasti dimiliki oleh setiap manusia. Oleh karena itu, sudah selayaknya bisnis jasa toilet umum ini harus berbenah untuk memuaskan para penggunanya, seperti ketersediaan air yang cukup, adanya asesoris kaca dan sisir pada setiap sisinya untuk merapikan diri, dan pelayanan yang ramah. Hal ini senada dengan yang disampaikan oleh pemilik salah satu jasa toilet umum di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon, yaitu Ibu Titi (48 tahun) yang mengatakan bahwa “dengan adanya wisata religi Sunan Gunung Djati ini sangat menguntungkan bagi usahanya, karena setelah melakukan perjalanan jauh semua orang butuh yang namanya buang air kecil, besar ataupun mandi. Usaha jasa toilet umum ini sangat menjanjikan karena keuntungan yang didapat bisa membiayai kebutuhan hidup rumah tangga, bahkan cukup membiayai sekolah anak-anaknya”.⁴¹

⁴¹ Wawancara dengan Ibu Titi (pemilik toilet umum), pada tanggal 13 November 2018, di toko Ibu Titi.



Foto: Jasa Toilet Umum di Kawasan Sunan Gunung Djati Cirebon

4. Berjualan Pakaian dan Souvenir

Pakaian secara etimologi adalah sesuatu yang dipakai.⁴² Sedangkan pengertian pakaian secara terminologi ialah bahan tekstil dan serat yang digunakan sebagai penutup tubuh yang langsung menutup kulit ataupun yang tidak langsung.⁴³ Pakaian merupakan busana pokok yang digunakan untuk menutupi bagian-bagian tubuh.⁴⁴ Sedangkan pengertian pakaian dalam arti luas adalah semua yang kita pakai mulai dari kepala sampai dengan ujung kaki yang menampilkan keindahan.⁴⁵ Jadi dapat disimpulkan bahwa pakaian ialah suatu bahan yang siap pakai yang bertujuan untuk menutupi tubuh. Adapun pakaian yang dimaksud dalam penelitian ini ialah dikhususkan untuk setelan baju (*t-shirt*) dan celana yang menjadi ciri khas oleh-oleh dari wisata religi Sunan Gunung Djati,⁴⁶ aneka batik dengan motif mega mendung Cirebon, kaos bergambar Walisongo, dan sebagainya.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, para penjual pakaian khas Cirebon dan kaos Walisongo merasakan

⁴² <http://kbbi.web.id/pakai> diakses pada tanggal 12 September 2018.

⁴³ <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Pakaian> diakses pada tanggal 12 September 2018.

⁴⁴ http://ftp.unpad.ac.id/bse/tata_busana_ernawani/ diunduh pada tanggal 12 September 2018.

⁴⁵ http://file.upi.edu/Direktori/FPTK/JUR_PEND_KESEJAHTERAAN_KELUARGA/194608291975021-ARIFAH/Modul_Dasar_Busana/ diunduh pada tanggal 12 September 2018.

manfaat dari keuntungan barang yang dijual. Karena keuntungan yang cukup menjajikan, sehingga di kawasan wisata religi ini banyak terlihat deretan kios penjual baju khas dan kaos Walisongo dari parkir hingga jalan menuju pintu masuk pemakaman Sunan Gunung Djati Cirebon.



Foto: Baju Pangsi Khas Cirebon.

Dalam perjalanannya, penjual kaos Walisongo awalnya hanya dimiliki oleh beberapa penjual saja, yang salah satunya yaitu Bapak H. Ghofar. Seiring banyaknya minat pembeli terhadap kaos Walisongo, maka saat ini semakin banyak pula penjual kaos Walisongo, seperti penuturan H. Ghofar bahwa “sekarang semakin banyak pesaing yang berjualan kaos Walisongo, karena banyaknya pengunjung yang datang jadi semakin banyak pula yang berjualan kaos ini”.⁴⁷

Kemudian jenis penjualan lain yang berada di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati, yaitu souvenir (cinderamata). Souvenir merupakan hasil dari karya kerajinan tangan yang sering dijadikan sebagai oleh-oleh ketika seseorang berada di tempat wisata, sebagai kenang-kenangan dari tempat yang pernah dikunjungi atau bias juga sebagai oleh-oleh bagi teman atau saudara di kampung halaman. Setiap

⁴⁷ Wawancara dengan H. Ghofar, pada tanggal 20 September 2018, di kios H. Ghofar.

daerah atau setiap tempat wisata pasti memiliki souvenir yang unik dan berbeda, karena souvenir ini biasanya adalah ikon dari tempat wisata tersebut. Di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon khususnya, banyak kios-kios yang menjual souvenir yang menjadi ikon, seperti ikat kepala “Macan Ali Cirebon”, gantung kunci dan lukisan kaca Sisingaan, topeng, dan lain sebagainya.

Dalam memasarkan aneka ragam souvenir khas di atas, kebanyakan para penjual menggabungkan barang jualannya dengan pakaian khas dan kaos Walisongo. Hal ini sebagai upaya agar produk yang ditawarkan tidak terbatas pada satu produk, melainkan ada produk-produk lain sehingga lebih menarik minat dan efisiensi waktu bagi para calon pembeli. Alasan ini sangat rasional, karena kebanyakan para calon pembeli yang baru atau akan melakukan ritual ziarah di makam Sunan Gunung Djati biasanya dikajar oleh waktu untuk melakukan perjalanan ke tempat wisata lainnya. Oleh karena itu, ketersediaan produk yang bermacam-macam dirasa tepat untuk menarik minat calon pembeli.

Dan terakhir, penjual kerajinan rotan dan tempat air di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati juga banyak dijumpai. Penjual kerajinan rotan dan tempat air kini saling bersaing untuk menjual barang dagangannya. Berbagai macam kerajinan rotan yang dijualkannya seperti tempat untuk air mineral, tempat duduk, dan mainan kuda-kudaan anak kecil. Awalnya penjual kerajinan rotan ini hanya dimiliki oleh Ibu Alima, karena peminat dari pengunjung untuk membeli kerajinan rotan ini banyak sehingga banyak pula warga sekitar yang ingin membuka usaha dengan berjualan kerajinan rotan ini, dan sampai saat ini sudah terdapat 6 orang lebih penjual souvenir.

Banyaknya usaha di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati di desa Astana ini terlihat masih kurang tertara dengan baik, karena belum terbentuknya kelompok pedagang. Idealnya, dengan terbentuknya kelompok pedagang dapat meringankan Pemerintah Daerah untuk melakukan pembinaan, khususnya pembinaan tentang pemberdayaan

ekonomi masyarakat yang mengarahkan para pedagang di kawasan wisata religi ini menjadi tertata lebih baik.



Foto: Penjualan Pakain Khas dan Kaos Walisongo.

5. Pemanfaatan Lahan Parkir

Lahan merupakan salah satu sumber daya alam yang mempunyai sifat tidak dapat ditambah luasnya. Selain itu, lahan juga tergolong sebagai sumber daya alam yang strategis bagi pembangunan. Karena itu, hampir semua sektor pembangunan fisik memerlukan lahan, seperti pertanian, perumahan, industri, pendidikan dan sara transportasi. Sedangkan dalam penggunaan lahan, Sugandhy menjelaskan bahwa hal itu merupakan suatu proses yang berkelanjutan dalam pemanfaatan lahan bagi maksud-maksud pembangunan secara optimal dan efisien.⁴⁸

Lebih lanjut A. Sugandhy juga mengungkapkan bahwa penggunaan lahan dapat diartikan pula sebagai suatu aktivitas manusia pada lahan yang langsung berhubungan dengan lokasi dan kondisi

⁴⁸ A. Sugandhy, *Keanekaragaman Permukiman Golongan Berpenghasilan Rendah di Kota II Malang* (Jakarta: PT. Gramedia, 1989), 1.

lahan.⁴⁹ Dengan demikian penggunaan lahan merupakan wujud atau bentuk usaha yang memanfaatkan bidang tanah pada suatu waktu.

Pemanfaatan lahan kosong di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati dijadikan tempat parkir oleh dinas Pariwisata. Dalam menjalankan tugas juru parkir, dinas pariwisata memilih enam orang dari masyarakat sekitar desa Astana yang siap setiap saat dan mau bertugas setiap hari. Namun dalam hari-hari tertentu, seperti hari libur sekolah, biasanya jumlah petugas juru parkir akan ditambah, karena volume kendaraan yang berkunjung pada hari-hari tertentu ini jumlahnya akan meningkat secara signifikan.

Lahan parkir di sekitar obyek wisata dikelola oleh Dinas Pariwisata dan hasilnya sebagian untuk Desa, untuk biaya pemeliharaan dan sebagian lain dimasukkan ke dalam pendapatan daerah. Sesuai dengan yang dianggarkan bahwa, setiap tahunnya laba digunakan untuk pembayaran deviden kepada pihak Desa dan sisanya untuk program kemitraan dan bina lingkungan seperti pembangunan dan pemeliharaan. Seperti yang dituturkan oleh Bapak Sulthoni salah satu pegawai Dinas Pariwisata “Dari hasil pendapatan karcis kendaraan parkir, hasilnya kita bagi sebagian untuk Desa dan sebagian lagi untuk pemeliharaan dan pembangunan obyek wisata ini”.⁵⁰

Namun persoalan lahan parkir di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati saat ini patut disayangkan, karena muncul lahan parkir liar yang dijalankan oleh pemuda setempat yang memanfaatkan halaman pertokoan untuk dijadikan lahan parkir. Hal ini semakin marak mengingat pendapatan yang diperoleh merupakan keuntungan pribadi. Pengelolaan parkir liar ini akan menjadi sangat tidak nyaman ketika musim liburan tiba, karena parkir liar ini biasanya lebih dekat dengan pintu masuk ke kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati.

⁴⁹ A. Sugandhy, *Keanekaragaman Permukiman Golongan Berpenghasilan Rendah di Kota II Malang*, 2.

⁵⁰ Wawancara dengan Bapak Sulthoni (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata) pada tanggal 20 September 2018, di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

Di hari-hari biasa kebanyakan para pengunjung yang menggunakan mobil pribadi dan sepeda motor, lebih memilih parkir ini dibandingkan di lahan parkir yang telah disediakan oleh dinas Pariwisata. Hal inilah yang menyebabkan ketidaknyamanan dan terlihat tidak baik oleh para pengunjung, karena penataan yang kurang strategis dan juga merusak ketertiban di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati.⁵¹

Dilihat dari segi infrastruktur, parkir yang dikelola oleh masyarakat sekitar kurang tertata rapih jika dibandingkan yang dikelola oleh dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang terkesan rapih dan nyaman. Perbedaan ini memunculkan kesenjangan pelayanan pengelolaan parkir secara keseluruhan, dimulai dari ketidakmerataan pendapatan parkir bagi warga sekitar, dan juga tarif parkir yang berbeda antara tempat parkir yang dekat dengan tempat yang jauh dari pintu area pemakaman. Selama ini kebijakan tentang sistem pengelolaan parkir yang ada menyebabkan kesenjangan antara dinas Pariwisata dengan masyarakat. Karena itu, sudah seharusnya Pemerintah Daerah memberikan tindakan lebih lanjut tentang pengelolaan parkir agar kenyamanan pengunjung menjadi prioritas utama.



Foto: Lahan Parkir di Kawasan Wisata Religi Sunan Gunung Djati.

⁵¹ Wawancara dengan Bapak Sulthoni (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata) pada tanggal 20 September 2018, di Kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN DISKUSI

KELUARGA DAN EKONOMI KREATIF

E. Peningkatan Kesejahteraan Keluarga Ekonomi Kreatif

Keberadaan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon menyebabkan pergeseran orientasi ekonomi masyarakat setempat dalam dinamika nilai dan norma. Dahulu masyarakat setempat bermata pencaharian sebagai petani dan nelayan, namun seiring perkembangan pariwisata sudah mulai merambah ke wisata religi yang mengubah berbagai aspek hidup, termasuk peluang dalam hal ekonomi. Selain itu, dibandingkan dengan sektor lain, sektor pariwisata merupakan sektor padat karya karena sektor pariwisata kegiatannya lebih banyak dalam bidang pelayanan jasa dan usaha yang membutuhkan tenaga manusia sebagai tenaga kerja.

Obyek wisata religi Sunan Gunung Djati ini, tentunya sangat membantu dalam menambah pendapatan masyarakat. Hal ini seperti penuturan Bapak Alimi (51 tahun) yang kesehariannya sebagai penjual makanan oleh-oleh khas Gunung Djati, bahwa dibukanya obyek wisata religi Sunan Gunung Djati sebagai salah satu obyek wisata religi di Kabupaten Cirebon sangat membantu masyarakat, terutama dalam lapangan kerja. Sebelum diresmikannya pemakaman Sunan Gunung Djati sebagai kawasan wisata religi, banyak masyarakat setempat yang menjadi pengangguran karena kawasan sekitar makam Sunan Gunung Djati tidak seramai saat ini. Namun sebaliknya, setelah diresmikannya makam Sunan Gunung Djati sebagai obyek wisata religi seperti saat ini, maka membuka lapangan kerja bagi kebanyakan masyarakat setempat, seperti menjadi petugas kebersihan, pemandu wisata, tukang parkir, berjualan aneka

macam souvenir, makanan khas daerah setempat, jasa penginapan dan lain sebagainya.⁵²

Senada dengan yang disampaikan oleh Bapak Alimi, Ibu Baena (45 tahun) menuturkan bahwa adanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar berarti akan meningkatkan taraf hidup bagi keluarganya. Pendapatan yang diperoleh dari pekerjaan barunya tersebut mampu memenuhi dan mencukupi kebutuhan rumah tangga dan membiayai sekolah anak-anaknya.⁵³ Lebih lanjut, Ibu Baena juga menjelaskan bahwa penghasilan yang diperoleh tiap harinya memang tidak seberapa, tetapi dari penghasilan tersebut dapat mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari dan membiayai sekolah ketiga anaknya. Sebelum berjualan, Ibu Baena hanya seorang ibu rumah tangga yang mengandalkan pendapatan suami, sedangkan pendapatan suaminya hanya seberapa. Namun setelah berjualan di kawasan wisata religi ini, penghasilannya bisa membantu untuk kehidupan sehari-hari.⁵⁴ Hal ini merupakan potret pembagian peran dalam keluarga yang dijalankan oleh Ibu Baena, yang akhirnya mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari, bahkan mampu membiayai sekolah anak-anaknya sampai kejenjang SMA hingga ke Perguruan Tinggi.

Dari uraian di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa dengan adanya wisata religi Sunan Gunung Djati mempunyai pengaruh terhadap masyarakat sekitar. Pengaruh yang dimaksud yaitu mengubah status masyarakat dari pengangguran menuju penduduk bermata pencaharian.

F. Strategi Usaha Ekonomi Kreatif

Berdasarkan situasi dan kondisi di lapangan, diperoleh data primer yang kemudian akan dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing. Data-data yang diperoleh selanjutnya diteliti dan dikaji lebih

⁵² Wawancara dengan Bapak Alimi pada tanggal 20 November 2018.

⁵³ Wawancara dengan Ibu Baena pedagang buku-buku kisah tentang Sunan Gunung Djati dan berbagai macam souvenir pada tanggal 20 November 2018, di kompleks parkir kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon.

⁵⁴ Wawancara dengan Ibu Baena pada tanggal 20 November 2018, di kompleks parkir kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon.

mendalam dengan menggunakan analisis SWOT untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi.

Data di lapangan juga menunjukkan bahwa tidak semua pelaku ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon mengalami kesuksesan. Hal ini disebabkan karena minimnya pengetahuan tentang strategi dalam menjalankan usahanya, sehingga banyak pelaku ekonomi kreatif yang gulung tikar karena usahanya sering sepi dari pembeli atau pengguna jasa. Di sisi lain, peneliti juga menemukan pelaku ekonomi kreatif yang mengalami kesetabilan dalam usahanya, bahkan cenderung meningkat pada saat musim banyak pengunjung. Hal ini menarik untuk dikaji lebih lanjut dengan piranti alat analisis SWOT, sehingga harapannya penelitian dapat digunakan sebagai salah satu solusi untuk meningkatkan usaha.

Untuk memudahkan alur berfikir dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa ada 6 (enam) strategi untuk memaksimalkan usahanya yang biasa diterapkan oleh pelaku ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon, yaitu:

1. Mengutamakan Barang atau Layanan Jasa sebagai Produk Andalan

Produk dalam pengertian sempit yaitu sekumpulan sifat-sifat fisik dan kimia yang berwujud yang dihimpun dalam suatu bentuk yang serupa dan yang telah dikenal.⁵⁵ Terkait dengan pendefinisian tentang produk tersebut, al-Qur'an menyebutkan bahwa:

أَلَمْ تَرَوْا أَنَّ اللَّهَ سَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي السَّمُوتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ وَأَسْبَغَ عَلَيْكُمْ نِعَمَهُ ظُهْرًا
وَبَاطِنًا وَمِنَ النَّاسِ مَن يُجَادِلُ فِي اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَلَا هُدًى وَلَا كِتَابٍ مُّنِيرٍ

Artinya: *Tidakkah kamu perhatikan sesungguhnya Allah telah menundukkan untuk (kepentingan)mu apa yang di langit dan apa yang di bumi dan menyempurnakan untukmu nikmat-*

⁵⁵ M. Fuad, et.al., *Pengantar Bisnis*, 128.

*Nya lahir dan batin. dan di antara manusia ada yang membantah tentang (keesaan) Allah tanpa ilmu pengetahuan atau petunjuk dan tanpa kitab yang memberi penerangan.*⁵⁶

Dari penjelasan ayat di atas dapat dijelaskan bahwa Allah SWT telah menundukkan bumi untuk manusia. Maksudnya segala sesuatu yang ada di bumi dapat dikategorikan sebagai suatu produk, yang meliputi bagian dari produk yaitu kualitas, keistimewaan, desain, gaya, keanekaragaman, bentuk, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, jaminan, dan pengembalian.

Di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon, banyak produk yang ditawarkan oleh pelaku ekonomi kreatif sekitar, seperti makanan khas daerah, aneka macam makanan dan minuman ringan, alat-alat keperluan peziarah, souvenir, jasa toilet umum, rumah penginapan, serta tempat parkir kendaraan peziarah.

Salah satu produk andalan yang banyak ditemukan dalam kegiatan ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon, yaitu intip atau kerak nasi dan kripik melinjo yang diproduksi oleh *home industry* Moh. Iqbal.

Penjualan yang dilakukan oleh *home industry* Moh. Iqbal ini memiliki cara tersendiri dari produk yang dijual dengan cita rasa yang dapat memanjakan penikmatnya dan cita rasa yang tak kalah saing dengan lainnya. Produk atau makanan khas yang di produksi *home industry* Moh. Iqbal mempunyai strategi dalam produknya dengan tidak meninggalkan kualitas rasa yang khas dari produk yang dijual agar pembeli dapat mengetahui olahan dari produk yang dijual.

Selain itu, produk makanan khas seperti intip atau kerak nasi dan kripik melinjo memiliki kelebihan tersendiri yaitu produk tidak

⁵⁶ QS. Luqman (31): 20.

cepat basi. Produk ini bisa bertahan minimal minimal satu bulan bahkan bisa lebih jika keamasannya ditutup dengan rapat.⁵⁷

Dalam memasarkan produk intip atau kerak nasi dan kripik melinjo, biasanya *home industry* Moh. Iqbal melakukan kerjasama dengan pihak lain, seperti:

- a. Produk yang diambil dari *home industry* Moh. Iqbal untuk dijual kembali. Melalui penawaran kerjasama dalam penjualan, dapat mengambil keuntungan diskon atau potongan harga semisal dari harga pasaran itu Rp. 35.000,- maka harga yang dibayarkan cukup Rp. 30.000,-.
- b. Memelihara tanaman melinjo. Artinya, melibatkan warga sekitar untuk menjadi karyawan dalam menjaga dan memelihara tanaman melinjo yang akan diproduksi.
- c. Distributor intip atau kerak nasi. Ketika seseorang menawarkan intip atau kerak nasinya kepada *home industry* Moh. Iqbal, maka ditawarkan proses pajang dalam mengirimkan intip atau kerak nasi. Hal ini bertujuan agar pendistributor mendapatkan keuntungan lebih dan pemilik *home industry* Moh. Iqbal tidak resah mencari intip atau kerak nasi yang sudah siap untuk dijual.⁵⁸

2. Harga Produk yang Ditawarkan Relatif Murah

Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Harga juga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang dan pelayanannya. Kebijakan harga adalah keputusan-keputusan yang ditentukan oleh manajemen mengenai harga.

Sasaran pada kios baju dan souvenir dalam penetapan harga dapat dilihat dalam ketentuan sebagai berikut:

⁵⁷ Wawancara dengan Ibu Ana (Pemilik *Home Industry*), pada tanggal 27 November 2018, di Kios Moh. Iqbal.

⁵⁸ Wawancara dengan Ibu Ana (Pemilik *Home Industry*), pada tanggal 27 November 2018, di Kios Moh. Iqbal.

- a. Berorientasi pada laba, yaitu untuk mencapai target laba investasi, laba penjualan bersih dan untuk memaksimalkan laba.
- b. Berorientasi pada penjualan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan bagian pasar dan penjualan.
- c. Berorientasi pada status *quo* dalam menstabilkan laba dan menangkai persaingan.

Harga yang sudah ditetapkan oleh kios baju dan souvenir tujuannya untuk memberi nilai atas produk yang telah diciptakan untuk dipasarkan, seperti harga baju, kaos, kopiah, dan aneka ragam souvenir yang diproduksi.⁵⁹ Harga yang sudah ditentukan oleh kios baju dan souvenir melalui berbagai pertimbangan yang matang atas dasar besarnya biaya produksi dan berbagai faktor dengan tujuan agar meraih keuntungan, sehingga antar kios yang satu dan yang lainnya biasanya memiliki ketentuan harga yang sama, baik itu harga penawaran maupun batas harga barang yang dijual.⁶⁰

Alasan lain dalam penetapan harga menurut Dheany Arumsari dalam penelitiannya,⁶¹ yaitu:

- a. Mencegah atau Mengurangi Persaingan

Semakin ketatnya persaingan penjual yang sama-sama menjual produk baju dan souvenir yang relatif sama, maka diperlukan aturan dan batasan-batasan dalam bersaing dengan dilakukannya penetapan harga. Hal ini yang dirasakan juga oleh pelaku ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon.

- b. Mempertahankan atau Memperbaiki *Market Share*

⁵⁹ Wawancara dengan Bapak Sholeh Annas (Pemilik Kios), pada tanggal 20 September 2018.

⁶⁰ Wawancara dengan Bapak A. Shodikin (Pemilik Kios “Berkah”), pada tanggal 20 September 2018.

⁶¹ Dheany Arumsari, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pelemban Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek AQUA”, *Skripsi* (Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2012).

Untuk mempertahankan *market share*, kondisi keuangan harus benar-benar baik dan memiliki kemampuan yang tinggi dalam bidang pemasaran, serta diperlukan cara tersendiri dalam memasarkan jika kapasitas produksi masih longgar.

c. Mencapai Laba Maksimal

Harga yang ditetapkan baik keuntungan atau kerugian yang diderita dengan mengutamakan laba dan kemampuan daya beli konsumen. Penetapan harga dengan pertimbangan laba yang baik dan daya beli yang terus meningkat dapat menguntungkan pemilik kios baju dan souvenir dalam memperoleh keuntungan yang maksimal.

Bagi pembisnis yang berhasil, penetapan harga haruslah menutup dari total biaya ditambah sejumlah *profit margin*.⁶² Oleh karena itu, pendapatan harus didasarkan pada sebuah pemahaman akan adanya perilaku dasar biaya. Biaya memiliki perilaku yang sejalan dengan peningkatan atau penurunan kuantitas yang diproduksi atau yang mereka jual. Total biaya variabel adalah biaya yang meningkatkan secara keseluruhan sejalan dengan meningkatnya kuantitas produk yang terjadi ketika sebuah produk dibuat dan dijual.

Dengan demikian, harga yang di distribusikan oleh pemilik kios baju dan souvenir memiliki strategi tersendiri, yaitu harga yang dijual cukup terjangkau, dan pihak distributor mendapatkan potongan harga. Sebagai contoh penjualan kaos dengan merk lokal di kios sekitar kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon sangat terjangkau.⁶³ Untuk saat ini, di bulan september

⁶² Justin G. Longenecker, et.al., *Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 377

⁶³ Menurut Dedi Prayitno (pemilik salah satu Kios Baju), bahwa sebenarnya ada beberapa produk kaos lokal di sekitar kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon. Namun dari sekian banyak produk kaos tersebut, merk lokal “Creepers” lebih sering diminati oleh pembeli. Alasannya, selain harganya yang terjangkau, kaos merk “Creepres” memiliki kelebihan dibahan

tahun 2018 harga kaos dengan merk lokal dijual pada kisaran harga Rp. 30.000 sampai Rp 40.000.⁶⁴

3. Pemilihan Lokasi Penjualan yang Strategis

Pemilihan lokasi penjualan yang strategis merupakan suatu keniscayaan. Pemilihan lokasi yang strategis memudahkan penyaluran barang dari produsen ke konsumen. Banyak perusahaan yang menggunakan saluran distribusi yang tidak tepat, sehingga menyebabkan produk yang dihasilkan perusahaan tidak menjangkau konsumen yang menjadi sasaran.

Untuk mencapai sasaran maka diperlukan strategi khusus yang lebih efisien. Berikut ulasan strategi khusus yang disarikan dari hasil wawancara dengan Ibu Ana pemilik kios dan *home industry* Moh. Iqbal,⁶⁵ yaitu:

- a. Memperbanyak saluran distribusi, seperti mendistribusikan langsung atau tidak langsung ke konsumen melalui para agen. Dengan adanya agen diberbagai daerah merupakan strategi lokasi agar pengenalan mengenai produksi *home industry* Moh. Iqbal ini semakin diketahui banyak orang.
- b. Memperluas cakupan usaha, misalnya cakupan lokal, regional, nasional, bahkan internasional. Segmentasi internasional yang dipilih melalui perantara TKI yang pulang ke Indonesia. Perantara di sini dimaksudkan bahwa pada saat TKI tersebut berangkat kerja di Luar Negeri, produk dari *home industry* Moh. Iqbal mereka bawa sebagai strategi pengenalan hasil produk.
- c. Menata penampilan tempat usaha, seperti tata etalase dan posisi duduk secara menarik dan nyaman.

dan kualitas sablonnya. Wawancara dengan Bapak Dedi Prayitno (Pemilik Kios Baju “Pojokan”), pada tanggal 20 September 2018.

⁶⁴ Wawancara dengan Bapak A. Shodikin (Pemilik Kios “Berkah”), pada tanggal 20 September 2018.

⁶⁵ Wawancara dengan Ibu Ana (Pemilik *Home Industry*), pada tanggal 27 November 2018.

- d. Menerapkan strategi distribusi barang secara efisien. Strategi ini biasanya dilakukan pada saat pengiriman atau produksi makanan yang diproduksi *home industry* Moh. Iqbal dengan cara mengecek terlebih dahulu dan selalu menanyakan sampainya barang.
- e. Mengubah persediaan dari gudang yang satu ke gudang yang lain untuk mengendalikan persediaan dan penawaran. Dengan mengubah persediaan merupakan strategi yang sangat penting di *home industry* Moh. Iqbal. Hal ini bertujuan untuk mencukupi pemasukan yang banyak ditawarkan di luar maupun di dalam kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon.

Di sisi lain, pemilihan tempat yang strategis memberikan kesempatan kepada pelaku ekonomi kreatif untuk mengeluarkan biaya yang lebih sedikit, seperti yang dikatakan oleh Bapak Kurnadi (45 tahun) selaku Aparatur Desa Astana, “sangatlah tepat sekali adanya *home industry* di tengah-tengah masyarakat Desa Astana Gunung Jati, karena *home industry* ini sangatlah membantu untuk mengurangi pengangguran. Saya mendukung adanya *home industry* terutama *home industry* Moh. Iqbal yang cukup terkenal di kalangan masyarakat Desa Astana”.⁶⁶

Dalam pendistribusian barang ternyata saluran distribusi untuk barang industri itu berbeda dengan saluran distribusi untuk barang konsumsi. Menurut Suryana⁶⁷ bahwa barang-barang industri pada umumnya hanya ada dua saluran yaitu, pabrik ke industri pemakai, dan pabrik ke pedagang besar (grosir) lalu ke industri pemakai dan pabrik ke pedagang besar (grosir) lalu ke industri pemakai. Hal ini tentunya berbeda dengan saluran distribusi untuk barang-barang konsumsi yang memiliki empat saluran distribusi. Keempat saluran yang dimaksud yaitu konsumen, pedagang kecil lalu ke konsumen, pedagang besar (grosir) lalu ke konsumen, dan pedagang besar lalu ke

⁶⁶ Wawancara dengan Sekretaris Desa Astana, yaitu Bapak Kurnadi, Amd. pada tanggal 03 September 2018.

⁶⁷ Suryana, *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, 210.

pedagang besar lainnya, lalu ke pedagang paritel (retailer) dan ke konsumen.⁶⁸

Dengan demikian, tempat atau lokasi yang dipilih oleh salah satu pelaku ekonomi kreatif yaitu *home industry* Moh. Iqbal itu tidak jauh dari kompleks pemakaman Sunan Gunung Djati, sehingga lebih efisien dan mudah dijangkau.

4. Peningkatan Volume Penjualan melalui Promosi

Promosi adalah suatu komunikasi antar penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap yang tadinya tidak mengenal menjadi kenal, sehingga melalui promosi dapat menarik minat dan melahirkan daya ingat calon pembeli atas produk yang dipromosikan. Untuk membangun dan mempertahankan suatu merk dapat dibentuk sebuah komitmen promosional agar periklanannya tidak mengeluarkan biaya yang tidak diinginkan. Namun sebaiknya tujuan perusahaan adalah mengoptimalkan nilai sekarang laba usaha di masa depan, bukannya penampilan neracanya.⁶⁹

Salah satu bentuk promosi yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan, yaitu dengan keramahan yang dilakukan pemilik yang berbaur dengan pelanggan ataupun yang baru membeli produknya. Bentuk promosi seperti ini tergolong sangat murah, namun manfaatnya cukup signifikan sehingga para pelaku ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati biasa mempraktikannya, salah satunya adalah *home industry* Moh. Iqbal.

Lebih lanjut, strategi promosi yang menjadi penguat bagi *home industry* Moh. Iqbal,⁷⁰ antara lain:

⁶⁸ Suryana, *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, 209.

⁶⁹ Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional* (Jakarta: Rineka cipta, 2007), 197.

⁷⁰ Wawancara dengan Ibu Ana (Pemilik *Home Industry* Moh. Iqbal), pada tanggal 27 November 2018, di Kios Moh. Iqbal

a. Strategi Antisipasi Pengeluaran Promosi

Anggaran promosi merupakan bagian dari pemasaran pada *home industry* Moh. Iqbal. Oleh karena itu, perlu adanya perencanaan anggaran sebelum dilaksanakan kegiatan promosi agar biaya yang dikeluarkan tidak melampaui batas.

b. Strategi Pemilihan Media

Pemilihan media yang tepat untuk dijadikan iklan dalam rangka membuat pelanggan *home industry* Moh. Iqbal tahu dan paham terhadap produk yang dihasilkan. Jenis media yang dimaksud di sini ialah media yang berupa surat kabar, majalah, televisi, radio, media luar ruang, iklan translit dan *direct mail*.

c. Strategi Penjualan.

Strategi penjualan yang diterapkan oleh *home industry* Moh. Iqbal yaitu memindahkan posisi pelanggan ke tahap pembelian (dalam proses pengambilan keputusan) melalui penjualan tatap muka dengan pemilik *home industry* Moh. Iqbal. Tujuannya untuk meningkatkan volume penjualan sehingga mampu bersaing dengan para pelaku ekonomi kreatif di sekelilingnya.

d. Strategi Motivasi dan Penyedia Tenaga Kerja

Strategi memotivasi tenaga kerja di *home industry* Moh. Iqbal melalui penghargaan berupa kompensasi berupa uang. Selain itu, motivasi lain yang biasa diterapkan oleh *home industry* Moh. Iqbal adalah program evaluasi kerja, yang bertujuan untuk memastikan tenaga kerja telah bekerja dengan baik.

5. Sumber Daya Manusia (SDM) yang Memadai

Sumber Daya Manusia (SDM) yang memadai yaitu pekerja yang aktif dalam memberikan pelayanan dan mampu menarik minat

persepsi pembeli.⁷¹ Dalam memperoleh SDM yang memadai, sistem rekrutmen calon pekerja di *home industry* Moh. Iqbal harus memenuhi standar kualifikasi yang telah ditentukan sebelumnya. Standar kualifikasi ini dimaksudkan agar diperoleh calon pekerja yang diinginkan sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Tahapan rekrutmen yang cukup ketat ini berimbas pada semakin besarnya *home industry* Moh. Iqbal dalam pembuatan dan memasarkan makanan khas Gunung Djati.

Setelah memperoleh pekerja yang diinginkan, selanjutnya *home industry* Moh. Iqbal menanamkan kesadaran bagi para pekerjanya bahwa pekerjaan yang sedang dihadapi harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Penanaman kesadaran yang dimaksud,⁷² yaitu:

a. Segi Penampilan

Dari segi penampilan pekerja *home industry* Moh. Iqbal disarankan untuk memakai pakaian yang menutupi hampir seluruh anggota tubuh pada saat memproduksi barang yang akan dipasarkan. Salah satunya topi atau penutup kepala agar rambut karyawan tidak terjatuh pada makanan yang sedang diproduksi.

b. Menjalin Komunikasi yang Baik

Komunikasi yang baik antara pemilik *home industry* Moh. Iqbal dengan para pekerja sangat diperlukan, sehingga apabila terjadi kendala di lapangan pada saat memasarkan produk bisa segera dicarikan solusinya agar minat calon pembeli tidak beralih ke kios yang lain. Selain komunikasi yang baik dengan pemilik *home industry*, para pekerja juga dituntut untuk selalu ramah dan menjalin komunikasi yang baik dengan calon pembeli.

⁷¹ Diana Qoudarsi, “Pengaruh penerapan Strategi Pemasaran dan komunikasi terhadap Minat nasabah untuk Menabung di BMT (penelitian pada BMT Nuri’annah Plered Cirebon)”, *Skripsi* (Cirebon: Fakultas Syariah, IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2011).

⁷² Wawancara dengan Ibu Suma (Karyawan *Home Industry* Moh. Iqbal), pada tanggal 27 November 2018, di *Home Industry* Moh. Iqbal.

c. Kebersihan yang selalu dijaga.

Kebersihan produk dari *home industry* Moh. Iqbal senantiasa selalu dijaga, sehingga pelanggan merasa puas dan menyukai produk yang dipasarkan.

d. Peningkatan Pelayanan

Waktu yang ditentukan dan hasil yang dikerjakan haruslah seimbang. Hal inilah salah satu upaya yang diterapkan oleh *home industry* Moh. Iqbal sehingga para pekerja tidak seenak hati dalam bekerja.

6. Menjaga Kualitas Produk melalui Proses yang Baik

Proses adalah gabungan dari semua aktifitas, pada umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme dan hal-hal rutin lainnya dimanana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.⁷³ Berdasarkan konsepsi proses di atas, maka diperlukan kerja sama dalam pembuatan barang mentah yang diubah menjadi barang setengah, yang kemudian dilanjutkan menjadi barang yang siap dipakai oleh konsumen.

Dalam menjalankan suatu, proses dapat dibedakan menjadi dua cara, yaitu:

- a. *Complexity*, yaitu suatu proses yang berhubungan dengan langkah-langkah dan tahapan yang dilalui.
- b. *Divergence*, yaitu perubahan dalam langkah ataupun tahapan yang dilalui dalam suatu proses karena adanya hubungan dengan perubahan yang terjadi sewaktu-waktu.

Adapun proses dalam menciptakan produk yang biasa dilakukan oleh *home industry* Moh. Iqbal,⁷⁴ yaitu sebagai berikut:

⁷³Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2008), 70.

⁷⁴ Wawancara dengan Ibu Opi (Pekerja *Home Industry* Moh. Iqbal), pada tanggal 27 November 2018.

a. Pelayanan Pengiriman

Pengiriman produk yang dipesan pada *home industry* Moh. Iqbal biasanya dilakukan oleh pekerjanya langsung. Jika hal ini tidak bias dikarenakan kesibukan para pekerja, maka pihak *home industry* memilih jasa pengiriman melalui agen terdekat.

b. Proses Aktifitas

Untuk mewujudkan aktifitas dalam proses pembuatan produk berjalan dengan lancar, maka *home industry* Moh. Iqbal menekankan pentingnya kerja sama antar pekerja. Hal ini dimaksudkan agar setiap sector dapat berjalan dengan baik sehingga target yang diharapkan bias terpenuhi.

c. Standar Pelayanan

Standar pelayanan yang selalu diutamakan di *home industry* Moh. Iqbal yaitu selalu menjaga kekompakan antar pekerja dan bersikap ramah kepada pembeli.

G. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Ekonomi Kreatif

Berdasarkan data yang diperoleh di lapangan, dapat disimpulkan bahwa ada dua faktor utama yang mempengaruhi tingkat pendapatan pelaku ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon, yaitu faktor internal dan eksternal.

Berikut uraian lebih lanjut tentang kedua faktor utama yang mempengaruhi tingkat pendapatan ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon, yaitu:

1. Faktor Internal

Faktor internal merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat pendapatan pelaku ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon. Faktor ini berasal dari dalam masyarakat itu sendiri, seperti motivasi ekonomi, motivasi keagamaan dan penguatan ekonomi keluarga.

a. Motivasi Ekonomi

Motivasi merupakan keadaan dalam diri pribadi seseorang yang mendorong untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu untuk mencapai suatu tujuan.⁷⁵ Dengan demikian, motivasi ekonomi yaitu alasan atau keinginan yang mendorong seseorang melakukan kegiatan ekonomi yang bertujuan untuk mencapai kemakmuran hidup.

Dari pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa motivasi ekonomi merupakan sesuatu yang memicu seseorang untuk melakukan kegiatan ekonomi. Alasan seseorang melakukan kegiatan ekonomi diantaranya keinginan memperoleh pendapatan yang banyak, pemenuhan kebutuhan hidup keluarga, dan keinginan-keinginan lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Fatimah,⁷⁶ Ibu Na'ah,⁷⁷ Bapak Bardi,⁷⁸ dan Bapak Kusnandar⁷⁹ yang kesehariannya sebagai pelaku ekonomi kreatif di kawasan wisata Sunan Gunung Djati, dapat disimpulkan bahwa ada dua motivasi ekonomi yang mendorong kegiatan ekonomi kreatif, yaitu:

1) Dorongan untuk Mencukupi Kebutuhan Keluarga

Dorongan ini merupakan hal wajar bagi setiap orang, karena jika kebutuhan minimum terpenuhi maka peningkatan usaha untuk mencapai kemakmuran terbuka lebar. Seseorang menjalankan usahanya karena untuk mencukupi kebutuhan

⁷⁵ J. Winardi, *Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 32.

⁷⁶ Wawancara dengan Ibu Fatimah, penjual makanan, minuman, souvenir seperti gelang, tasbih dan buku tentang Sunan Gunung Djati pada tanggal 28 November 2018.

⁷⁷ Wawancara dengan Bapak Bardi, pemilik usaha jasa toilet umum pada tanggal 28 November 2018.

⁷⁸ Wawancara dengan Ibu Na'ah, pemilik warung nasi "Empal Gentong Pojoan" pada tanggal 28 November 2018.

⁷⁹ Wawancara dengan Bapak Kusnandar pedagang buah-buahan pada tanggal 28 November 2018.

keluarganya dan membiayai anak-anaknya sekolah, serta untuk kebutuhan hidup sehari-hari.

2) Dorongan untuk Mendapatkan Keuntungan

Dorongan ini dinilai wajar bagi setiap pengusaha untuk mendapat keuntungan dan memperbesar usahanya. Semakin banyak mendapatkan keuntungan, maka semakin memungkinkan memperbesar dan memperbanyak usaha yang dimiliki.

Menurut Ibu Fatimah (49 tahun) penjual makanan, minuman, souvenir seperti gelang, tasbih dan buku tentang Sunan Gunung Djati bahwa motivasi ekonomi yang paling utama adalah pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari dan biaya sekolah anak-anaknya. Dalam pengakuannya, Ibu Fatimah sudah berjualan di sekitar kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati sekitar 10 tahun. Dari hasil penjualannya, Ibu Fatimah mampu mencukupi kebutuhan dan membiayai anak-anaknya, bahkan sampai jenjang sarjana. Dengan berjualan di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati ini, Ibu Fatimah berbagi tugas dengan suami dalam menjalankan peran dalam keluarga. Tidak jarang suaminya juga melakukan peran ibu rumah tangga, seperti memasak, nyuci dan sebagainya.⁸⁰

Selanjutnya, hal yang sama juga dirasakan oleh Bapak Bardi (48 tahun) pemilik jasa toilet umum yang sekaligus menjadi tulang punggung keluarga. Pekerjaan ini dipilih karena dorongan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari dan membiayai sekolah anak-anaknya. “Saya memilih membuka toilet umum ini karena tadinya usaha ini masih jarang. Selain keuntungan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarga, penghasilan jasa toilet

⁸⁰ Wawancara dengan Ibu Fatimah, penjual makanan, minuman, souvenir seperti gelang, tasbih dan buku tentang Sunan Gunung Djati pada tanggal 30 November 2018.

umum juga cukup membiayai anak-anak sekolah”.⁸¹ Dengan keuntungan dari hasil membuka toilet umumnya, sekarang usahanya ditingkatkan dengan menambah barang penjualan seperti, menjual kebutuhan alat mandi, aneka macam minuman dan makanan ringan, kerudung, kopiah dan sebagainya.

Semenjak disahkannya kawasan makam Sunan Gunung Djati sebagai wisata religi, banyak masyarakat Desa Astana yang memilih membuka usaha. Hal ini merupakan peluang usaha baru untuk mendapatkan penghasilan. Masyarakat sekitar membuka usaha dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya. Hingga saat ini jumlah pedagang di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon sudah mencapai 150 kios.

b. Motivasi Keagamaan

Motivasi keagamaan merupakan motivasi yang mendukung banyaknya jumlah peziarah yang mendatangi kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati. Kedatangan para peziarah termotivasi dengan adanya kegiatan adat dan keagamaan yang ada di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon, seperti upacara panjang jimat, tradisi kliwonan, grebeg syawal dan sedekah bumi atau nadran. Kegiatan adat dan keagamaan dapat memberikan daya tarik sendiri bagi para peziarah yang berasal dari berbagai daerah untuk memadati kawasan makam Sunan Gunung Djati.

Adapun rincian dari motivasi para pengunjung untuk mendatangi kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon, antara lain:

1) Ziarah Kubur

Ziarah kubur adalah mengunjungi makam para aulia atau orang-orang shalih. Ziarah kubur juga dapat mengingatkan kepada asal usul kejadian manusia yang berasal dari tanah, dan kembali ke tanah juga. Para peziarah di

⁸¹ Wawancara dengan Ibu Titi, pada tanggal 30 November 2018, di kios Ibu Titi.

makam Sunan Gunung Djati biasanya bertujuan agar memperoleh keberkahan dari Allah SWT. melalui perantara kekasih-Nya. Hal ini seperti yang dituturkan oleh Bapak Wawan (64 tahun) pengunjung makam Sunan Gunung Djati dari Bekasi. Menurutnya, mengunjungi makam Wali Sunan Gunung Djati ini karena ingin berziarah dan *tabarruk* (ngalap barokah).⁸²

2) Berdo'a

Salah satu tujuan pengunjung mendatangi kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon yaitu ingin berdo'a. Berdo'a merupakan salah satu anjuran agama. Namun biasanya sebelum melantunkan do'a, para peziarah mengawali pembacaan dengan sebagian bacaan ayat-ayat Qur'an dan kalimat *thayyibah*, *tahmid*, *tasbih*, *sholawat* dan ditutup dengan rangkaian do'a. Perlu diketahui ziarah kubur bukan untuk minta kepada yang dikubur, melainkan untuk mendo'akan dan mengirim pahala dari bacaan-bacaan *thayyibah* kepada mereka yang telah dikubur.

3) Menyambung Silaturahmi

Tujuan lain mengunjungi makam Sunan Gunung Djati yaitu menyambung silaturahmi dan menghormati jasa para Wali. Hal ini seperti yang diutarakan oleh salah satu peziarah, Bapak Imam Mujahid (48 tahun) dari Brebes, "tujuan saya berkunjung ke kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon ini untuk silaturahmi, berziarah, mengingat dan menghormati jasa para Walisongo dalam menyebarkan agama Islam".⁸³

⁸² Wawancara dengan Bapak Wawan (pengunjung), pada tanggal 30 November 2018 di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon.

⁸³ Wawancara dengan Bapak Imam Mujahid (pengunjung), pada tanggal 30 November 2018, di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon.

Selain tujuan untuk berziarah, berdo'a dan silaturahmi, para peziarah juga ingin mengetahui upacara adat yang sudah menjadi upacara rutin setiap tahunnya seperti upacara panjang jimat dan sedekah bumi atau nadran. Adanya kegiatan adat dan keagamaan di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati, menjadi motivasi tersendiri bagi masyarakat setempat untuk memanfaatkan peluang bisnis. Menurut Ika Yunia Fauzia, pada prinsipnya tujuan bisnis dapat memberikan keuntungan (*profit*), mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab social,⁸⁴ sehingga mampu membuka kesempatan kerja dan usaha yang bermanfaat bagi peningkatan pendapatan masyarakat. Karena semakin banyaknya peziarah yang berkunjung, kemungkinan para peziarah akan mengeluarkan biaya untuk keperluan makan, membeli oleh-oleh, biaya penggunaan jasa parkir, toilet umum, dan sebagainya.

Motivasi keagamaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pemberdayaan ekonomi masyarakat di Desa Astana. Melalui motivasi agama, muncul kegiatan adat dan keagamaan yang dapat mengundang para peziarah dari berbagai daerah untuk mendatangi kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon.

Banyaknya jumlah pengunjung di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon merupakan kesempatan bagi masyarakat setempat untuk memperoleh pendapatan melalui kegiatan ekonomi kreatif dan menjadi sumber pendanaan bagi suatu daerah. Peningkatan jumlah pengunjung juga berdampak pada naiknya permintaan barang atau jasa yang diperlukan oleh para peziarah. Hal ini merupakan kesempatan kerja yang manfaatnya dapat menaikkan pendapatan masyarakat.

⁸⁴ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2013), 3-4.

Seiring dengan meningkatnya pendapatan pada suatu masyarakat, maka akan meningkatkan kesejahteraan hidup pelaku ekonomi kreatif dan memotivasi pihak lain untuk melakukan kegiatan usaha yang sama. Oleh karena itu, sudah selayaknya perlu ditingkatkan hal-hal sebagai berikut:

1) Meningkatkan Kemampuan Kerja dan Usaha

Dengan adanya kegiatan adat dan keagamaan di kawasan wisata religi Sunan Gung Djati Cirebon berdampak pada peningkatan jumlah peziarah yang datang, sehingga membuka kesempatan kerja dan usaha bagi masyarakat setempat untuk memenuhi kebutuhan para peziarah. Kesempatan kerja dan usaha perlu diimbangi dengan kemampuan pada masing-masing pelaku ekonomi kreatif, karena semakin meningkat kemampuan masyarakat untuk menjalankan usaha secara langsung berdampak pada kepuasan dari peziarah.

2) Meningkatkan Pendapatan Masyarakat

Pembelanjaan yang dilakukan oleh para pengunjung sangat berguna dalam meningkatkan pendapatan dan keuntungan bagi pelaku ekonomi kreatif sekitar. Dengan bertambahnya peziarah yang datang di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon, maka semakin banyak pula keuntungan pendapatan masyarakat yang dihasilkan oleh para pedagang setempat.

c. Penguatan Ekonomi Keluarga

Penguatan ekonomi keluarga merupakan salah satu faktor internal yang menjadi pengaruh perekonomian bagi masyarakat sekitar kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon. Ekonomi keluarga sangat berpengaruh terhadap usaha yang dimiliki oleh masyarakat. Beberapa pedagang yang ada di kawasan wisata religi ini menjalankan usahanya karena adanya penguatan

dari pihak keluarganya masing-masing, seperti usaha turunan yang diberikan dari orang tua ke anaknya, pembagian peran di internal keluarga, dan sebagainya.

Menurut Ibu Nunung (45 tahun) pedagang makanan khas di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati bahwa pendiri awal usaha di kawasan wisata religi ini adalah orang tuanya yang membuka usaha makanan khas Cirebon. Karena dalam menjalankan usahanya mengalami kemajuan, maka akhirnya dibuka cabang yang dikelola oleh anaknya, yaitu Ibu Nunung. “Awalnya Ibu saya yang mempunyai usaha ini, setelah usaha Ibu saya semakin maju dan akhirnya membuka cabang kemudian dikelola oleh saya”.⁸⁵

Begitu juga yang dituturkan oleh Bapak Mugi (37 tahun) pedagang bakso. Usaha bakso ini awalnya dimiliki oleh Ayahnya yaitu Bapak Sarpin. Namun setelah ayahnya meninggal, usaha bakso ini dilanjutkan oleh anaknya, yaitu Bapak Mugi.⁸⁶

Berdasarkan data di lapangan, dapat diambil kesimpulan bahwa penguatan ekonomi keluarga sangat membantu kegiatan usaha bagi penerusnya. Karena itu, dengan adanya usaha yang dijalankan oleh keluarga, timbul motivasi bagi generasi berikutnya untuk menjalankan usaha tersebut.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor yang mempengaruhi pemberdayaan ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon. Faktor eksternal ini berasal dari luar pelaku ekonomi kreatif, seperti adanya dorongan dari Pemerintah Daerah dan penguatan ekonomi warga.

⁸⁵ Wawancara dengan Ibu Nunung (pedagang makanan khas), pada tanggal 30 November 2018, di kios Ibu Nunung.

⁸⁶ Wawancara dengan Bapak Mugi (pedagang bakso), pada tanggal 30 November 2018, di kios Bapak Mugi.

a. Dorongan Pemerintah Daerah

Pembangunan sektor pariwisata di Kabupaten Cirebon menunjukkan kecenderungan yang terus meningkat. Pembangunan pariwisata ini diarahkan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan memperluas lapangan kerja dengan tetap memelihara nilai-nilai budaya. Dorongan pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan untuk meningkatkan ekonomi dan perluasan lapangan kerja disalurkan melalui program untuk mengembangkan potensi wisata yang ada, seperti program pembangunan dan pemeliharaan sekitar kawasan wisata religi Sunan Gung Djati.

Beberapa program pengembangan yang telah dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Cirebon menunjukkan hasil yang positif, yaitu meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan.⁸⁷ Obyek wisata religi Sunan Gunung Djati dari tahun ke tahun terus dibenahi dan dikembangkan. Pengembangan obyek wisata religi ini dilakukan dengan pembangunan dan penataan area pemakaman, perawatan dan perbaikan saran dan prasarana di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati.

Berikut ini perkembangan obyek wisata religi Sunan Gunung Djati dari tahun 2015-2018,⁸⁸ yaitu:

1) Perbaikan Jalan Rusak

Sejak tahun 20015 pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan melakukan pemeliharaan secara fisik yang meliputi, pengaspalan jalan menuju tempat parkir yang rusak dan membangun taman yang ada disekitar parkiran untuk menambah daya tarik para peziarah.

⁸⁷ Wawancara dengan Kuwu Desa Astana, yaitu Bapak Nuril Anwar, ST. pada tanggal 03 September 2018, di kantor Desa Astana.

⁸⁸ Wawancara dengan Bapak Sulthoni (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan), pada tanggal 20 September 2018, di kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.

2) Pembangunan Kios-kios Usaha

Pada tahun 2016 anggaran difokuskan pada proyek peningkatan fasilitas obyek wisata religi Sunan Gunung Djati. Peningkatan fasilitas ini sama dengan tahun sebelumnya yaitu memperbaiki sarana-sarana yang telah rusak dan penambahan kios-kios para pedagang.

3) Memperluas Area Parkiran

Pada tahun 2017 pembangunan kios dilakukan kembali dan sarana kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon ditingkatkan dengan memperluas area parkir. Dengan adanya pembangunan dan perbaikan-perbaikan fasilitas yang ada, maka dapat menambah daya tarik peziarah yang akan berkunjung ke kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon.

Pembangunan obyek wisata religi Sunan Gunung Djati terus dilakukan agar menjadi lebih baik, salah satunya melalui perluasan area parkir untuk menampung jumlah pengunjung. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Bapak Sulthoni yang menyatakan bahwa pembangunan obyek wisata religi Sunan Gunung Djati terus menerus dilakukan. Dari hasil karcis masuk area parkir obyek wisata religi Sunan Gunung Djati, hasilnya dibagi sebagian untuk pembangunan dan pemeliharaan obyek wisata dan sebagian yang lain untuk anggaran Desa Astana.⁸⁹

b. Penguatan Ekonomi Warga

Penguatan ekonomi warga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pemberdayaan ekonomi masyarakat, khususnya di Desa Astana. Desa Astana merupakan desa yang cukup baik dalam penghasilan ekonomi warganya dibandingkan

⁸⁹ Wawancara dengan Bapak Sulthoni (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan), pada tanggal 20 September 2018, di kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.

dengan desa-desa lain di sekitar kecamatan Gunung Jati. Perbedaan ini lahir dari keberadaan sektor pariwisata yang dapat membantu perekonomian masyarakat. Dengan adanya obyek wisata religi Sunan Gunung Djati, penghasilan ekonomi masyarakat setempat dapat terbantu melalui kegiatan usaha.

Dengan demikian, pengembangan desa wisata berfungsi sebagai pusat pariwisata yang memiliki unsur hiburan dan pendidikan. Pembangunan sektor pariwisata berpotensi untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat dengan melibatkan peran aktif dalam pengelolaannya.⁹⁰ Tingginya peran aktif masyarakat berpengaruh terhadap perkembangan industri wisata.

Perkembangan wisata yang baik dapat menjadi pondasi penting atau tolak ukur dalam menghasilkan pendapatan dan sumber pendanaan bagi suatu daerah dan masyarakat sekitar. Semakin baik perkembangan kawasan wisata suatu daerah, maka semakin tinggi tingkat kepuasan para pengunjung, pemerintah dan masyarakat dalam menikmati hasil dari pengelolaan wisata. Salah satu indikator kepuasan dapat dilihat dari meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan sehingga berdampak pada naiknya permintaan barang atau jasa yang menjadi keperluan para wisatawan. Hal ini membuka kesempatan kerja, yang pada akhirnya dapat menaikkan pendapatan dan meningkatkan kesejahteraan hidup, serta memotivasi masyarakat lain untuk bekerja.

⁹⁰ Happy Marpaung, *Pengetahuan Kepariwisata* (Bandung: Alfabeta, 2000), 49.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Sebagai bagian akhir dari penyusunan penelitian yang diberi judul; “Keluarga dan Ekonomi Kreatif di Kawasan Wisata Religi Sunan Gunung Djati Cirebon”, akhirnya dapat menyusun simpulkan sebagai berikut:

1. Pariwisata merupakan sektor padat karya karena kegiatannya lebih banyak dalam bidang pelayanan jasa dan usaha yang membutuhkan tenaga manusia sebagai tenaga kerja. Dengan memanfaatkan peluang usaha dan jasa di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon, tingkat kesejahteraan keluarga pelaku ekonomi kreatif tergolong cukup baik sehingga dari penghasilan kegiatan ekonomi kreatif tersebut dapat mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari dan membiayai sekolah anak-anak. Hal ini memunculkan pengaruh terhadap masyarakat sekitar yaitu mengubah status masyarakat dari pengangguran menuju penduduk bermata pencaharian.
2. Berdasarkan situasi dan kondisi di lapangan, diperoleh data primer yang kemudian akan dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing. Data-data yang diperoleh selanjutnya diteliti dan dikaji lebih mendalam dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengulas strategi usaha yang biasa diterapkan oleh pelaku ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon. Berikut 6 (enam) strategi yang biasa diterapkan, yaitu 1) Mengutamakan Barang atau Layanan Jasa sebagai Produk Andalan; 2) Harga Produk yang Ditawarkan Relatif Murah; 3) Pemilihan Lokasi Penjualan yang Strategis; 4) Peningkatan Volume Penjualan melalui Promosi; 5) Sumber Daya Manusia (SDM) yang Memadai; dan 6) Menjaga Kualitas Produk melalui Proses yang Baik.
3. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi tingkat pendapatan ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon, yaitu *pertama*, Faktor Internal merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi

tingkat pendapatan pelaku ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon. Faktor ini berasal dari dalam masyarakat itu sendiri, seperti motivasi ekonomi, motivasi keagamaan dan penguatan ekonomi keluarga. Dan *kedua*, Faktor Eksternal adalah faktor yang mempengaruhi pemberdayaan ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon. Faktor eksternal ini berasal dari luar pelaku ekonomi kreatif, seperti adanya dorongan dari Pemerintah Daerah dan penguatan ekonomi warga.

B. Saran

Dengan selesainya penelitian ini, penyusun perlu memberikan saran yang terkait dengan hasil penelitian ini, antara lain:

1. Diharapkan kegiatan ekonomi kreatif di kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati Cirebon terus menambah kreasi baru dari produk yang dihasilkan, terutama makanan khas yang menjdai *icon* Gunung Djati. Hal ini dimkasudkan agar masyarakat sekitar maupun para peziarah tidak bosan untuk membeli produk yang khas dan kawasan wisata religi ini semakin terkenal lagi sampai ke mancanegara.
2. Pemerintah daerah perlu mengembangkan lagi pelestarian kawasan wisata religi Sunan Gunung Djati dengan ke khasan daerah. Selain itu, perlu adanya kerja sama yang lebih baik agar tercipta sinergitas antara pelaku ekonomi kreatif dan pemerintah daerah. Dari sinergitas tersebut akan melahirkan terjaganya kelestarian kawasan wisata yang nyaman, aman, bersih dan indah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Abdullah. *Tradisi Kliwonan Gunung Jati Model Wisata Religi Kabupaten Cirebon*. Yogyakarta: Pemerintah Kabupaten Cirebon, 2007.
- Al-Jauhari, Mahmud Muhammad, et.al. *Membangun Keluarga Qur'ani*. Jakarta: Amzah 2000.
- Ariani, Christriyati. *Motivasi Peziarah*. Yogyakarta: Putra Widya, 2002.
- Arumsari, Dheany. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pebelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek AQUA", *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2012.
- Basrowi, dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rhineka Cipta, 2008.
- BP4, "Indahnya Keluarga Sakinah", *Majalah Perkawinan dan Keluarga: Menuju Keluarga Sakinah*, No. 389 (Jakarta: 2005).
- Buku Profil Desa/Kelurahan Astana Kecamatan Gunung Jati Kabupaten Cirebon Tahun 2018.
- Bungin, M. Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Callista, Emiria dan Heru Purboyo Hidayat Putro, "Penilaian Wisatawan dan Masyarakat terhadap Fasilitas Wisata Religi KH. Abdurrahman Wahid", *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, Vol. 3, No. 1 (2017).
- Ch., Mufidah. *Psikologi Keluarga Islam Berwawasan Gender*. Malang: UIN Malang Press, 2008.
- Departemen Perdagangan RI. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2010-2014*. Jakarta: Departemen Perdagangan, 2009.
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Firmansyah. "Etos Kerja Sektor Informal Pedagang Kaki Lima", *Penelitian Individual*. Surabaya: Unbraw, 1994.

- Fitriana, Aisyah Nurul, et.al. “Pengembangan Industri Kreatif Di Kota Batu (Studi tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu)”. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 2, No. 2 (2014).
- Fuad, M., et.al. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Hamidy, Mu’ammal. et.al. *Terjemahan Nailul Authar: Himpunan Hadits-hadits Hukum*, Jilid III. Surabaya: Bina Ilmu, t.t.
- http://file.upi.edu/Direktori/FPTK/JUR_PEND_KESEJAHTERAAN_KELUARGA/194608291975021-ARIFAH.
- <http://id.m.wikipedia.org>.
- <http://kbbi.web.id>.
- <http://www.wisatamu.com/wisata-religi.html>.
- Karyono, A. Hari. *Kepariwisata*. Jakarta: Grasindo, 1997.
- Kuncoro, Mudrajat. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga, 2005.
- Longenecker, Justin G. et.al. *Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Marpaung, Happy. *Pengetahuan Kepariwisata*. Bandung: Alfabeta, 2000.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008.
- Nirwandar, Sapta. *Building Indonesia WOW Indonesia Tourism and Creative Industry*. Jakarta: Gramedia, 2014.
- Pawito. “Analisis Semiologi: Sebuah Pengantar”, *Dinamika*, Vol. 7, No. 2 (April, 1997).
- Priamiana, Ina. *Menggerakkan Sektor Riil UKM dan Industri*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Qoudarsi, Diana. “Pengaruh penerapan Strategi Pemasaran dan Komunikasi terhadap Minat Nasabah untuk Menabung di BMT (Penelitian pada BMT Nuri’annah Plered Cirebon)”, *Skripsi*. Cirebon: Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2011.

- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Rini, Puspa dan Siti Czafrani. “Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal oleh Pemuda dalam Rangka Menjawab Tantangan Ekonomi Global”, *Jurnal UI untuk Bangsa Seri Sosial dan Humaniora*, Vol. 1 (Desember, 2010).
- Soebagyo. “Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia”, *Jurnal Liquidit*, Vol. 18, No. 2 (November, 2012).
- Sugandhy, A. *Keanekaragaman Permukiman Golongan Berpenghasilan Rendah di Kota II Malang*. Jakarta: PT. Gramedia, 1989.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suryana. *Ekonomi Kreatif Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Syukur, Abdul. *Ensiklopedi Umum untuk Pelajar*. Jakarta: Ichtiar Baru van Hoeve, 2005.
- UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Winardi, J. *Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Abdullah. *Tradisi Kliwonan Gunung Jati Model Wisata Religi Kabupaten Cirebon*. Yogyakarta: Pemerintah Kabupaten Cirebon, 2007.
- Al-Jauhari, Mahmud Muhammad, et.al. *Membangun Keluarga Qur'ani*. Jakarta: Amzah 2000.
- Ariani, Christriyati. *Motivasi Peziarah*. Yogyakarta: Putra Widya, 2002.
- Arumsari, Dheany. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pebelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek AQUA", *Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, 2012.
- Basrowi, dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rhineka Cipta, 2008.
- BP4, "Indahnya Keluarga Sakinah", *Majalah Perkawinan dan Keluarga: Menuju Keluarga Sakinah*, No. 389 (Jakarta: 2005).
- Buku Profil Desa/Kelurahan Astana Kecamatan Gunung Jati Kabupaten Cirebon Tahun 2018.
- Bungin, M. Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Callista, Emiria dan Heru Purboyo Hidayat Putro, "Penilaian Wisatawan dan Masyarakat terhadap Fasilitas Wisata Religi KH. Abdurrahman Wahid", *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, Vol. 3, No. 1 (2017).
- Ch., Mufidah. *Psikologi Keluarga Islam Berwawasan Gender*. Malang: UIN Malang Press, 2008.
- Departemen Perdagangan RI. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2010-2014*. Jakarta: Departemen Perdagangan, 2009.
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Firmansyah. "Etos Kerja Sektor Informal Pedagang Kaki Lima", *Penelitian Individual*. Surabaya: Unbraw, 1994.

- Fitriana, Aisyah Nurul, et.al. “Pengembangan Industri Kreatif Di Kota Batu (Studi tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu)”. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 2, No. 2 (2014).
- Fuad, M., et.al. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Hamidy, Mu’ammal. et.al. *Terjemahan Nailul Authar: Himpunan Hadits-hadits Hukum*, Jilid III. Surabaya: Bina Ilmu, t.t.
- http://file.upi.edu/Direktori/FPTK/JUR_PEND_KESEJAHTERAAN_KELUARGA/194608291975021-ARIFAH.
- <http://id.m.wikipedia.org>.
- <http://kbbi.web.id>.
- <http://www.wisatamu.com/wisata-religi.html>.
- Karyono, A. Hari. *Kepariwisata*. Jakarta: Grasindo, 1997.
- Kuncoro, Mudrajat. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga, 2005.
- Longenecker, Justin G. et.al. *Kewirausahaan: Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Marpaung, Happy. *Pengetahuan Kepariwisata*. Bandung: Alfabeta, 2000.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008.
- Nirwandar, Saptia. *Building Indonesia WOW Indonesia Tourism and Creative Industry*. Jakarta: Gramedia, 2014.
- Pawito. “Analisis Semiologi: Sebuah Pengantar”, *Dinamika*, Vol. 7, No. 2 (April, 1997).
- Priamiana, Ina. *Menggerakkan Sektor Riil UKM dan Industri*. Bandung: Alfabeta, 2009.
- Qoudarsi, Diana. “Pengaruh penerapan Strategi Pemasaran dan Komunikasi terhadap Minat Nasabah untuk Menabung di BMT (Penelitian pada BMT Nuri’ناه)

- Plered Cirebon)”, *Skripsi*. Cirebon: Fakultas Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2011.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Rini, Puspa dan Siti Czafrani. “Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal oleh Pemuda dalam Rangka Menjawab Tantangan Ekonomi Global”, *Jurnal UI untuk Bangsa Seri Sosial dan Humaniora*, Vol. 1 (Desember, 2010).
- Soebagyo. “Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia”, *Jurnal Liquidit*, Vol. 18, No. 2 (November, 2012).
- Sugandhy, A. *Keanekaragaman Permukiman Golongan Berpenghasilan Rendah di Kota II Malang*. Jakarta: PT. Gramedia, 1989.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suryana. *Ekonomi Kreatif Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Syukur, Abdul. *Ensiklopedi Umum untuk Pelajar*. Jakarta: Ichtiar Baru van Hoeve, 2005.
- UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Winardi, J. *Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.